

**L'intervista**

Andrea Aureli (Scm):
«La nostra azienda
torna a correre»

5

**Il caso Curti Spa**

Nel 2016 decollerà
il primo elicottero
made in Romagna

10

**A Parma**

Silvano Romani sposa
il format Eataly
per le sue risto-botteghe

12

CORRIERE IMPRESE

EMILIA-ROMAGNA

UOMINI, AZIENDE, TERRITORI

**L'analisi**

Primomiglio,
innovazione
e crescita

di **Massimiliano Marzo**

La crisi dalla quale stiamo lentamente uscendo ha imposto agli operatori economici e finanziari cambiamenti — anche radicali — al fine di modificare pratiche e atteggiamenti ereditati dal passato, non più consoni al mutato scenario economico mondiale. Basti pensare alle banche: siamo alle soglie di una serie di operazioni di aggregazione (fusioni, acquisizioni totali o parziali, e altro) al fine di creare maggiore efficienza e ricapitalizzare il patrimonio per vincere le sfide regolamentari e la pressione competitiva che è entrata in un mercato dove non si credeva (almeno nel passato) potesse entrare una logica veramente concorrenziale. Al pari delle banche anche l'industria del Risparmio Gestito è in piena trasformazione: modelli di servizio, regolamentazione (Mifid 2 in arrivo) e struttura del mercato, impongono nel breve-medio termine revisioni delle vecchie logiche di lavoro. Tuttavia, forse solo il settore del Private Equity non ha — finora — risentito della necessità di inserire un radicale cambiamento nelle proprie best practices. Salvo qualche eccezione. Una di queste è rappresentata dal «Barcamper Garage» di Primomiglio, fondo di Venture Capital, che ha il compito — con una dotazione tra i 40 e 50 milioni di euro — di supportare imprese innovative. La vera novità è la concentrazione del finanziamento che andrà a vantaggio di nuove imprese che nasceranno (o si svilupperanno) insieme agli studenti del celebre Aldini-Valeriani a Bologna.

continua a pagina 15

Primo piano

Naturale
I prodotti
biologici
stanno
conoscendo in
regione un
successo
sempre
maggiore

In tavola un anno da **bio**

L'ultima edizione del Sana di Bologna sancisce il boom dei prodotti naturali

L'Emilia-Romagna ai primi posti in Italia per numero di aziende che hanno scelto la filiera biologica dalla produzione alla trasformazione. Carnemolla (Federbio): «Condizioni ottimali in regione, ma servirebbe più formazione tecnico-culturale per aumentare le aree coltivate»

L'analisi

Le classifiche straniere
e il caso Ferrara: se l'università
viene fotografata solo in parte

di **Pasquale Nappi**

Sempre più frequentemente, specie nel periodo estivo, vengono elaborate e diffuse classifiche degli atenei basate su indicatori diversi, spesso assai labili. L'esperimento condotto da Giuseppe Nicolao, docente di Ingegneria di Pavia, nello stilare una sorta di controclassifica delle Università mondiali mettendo a confronto i risultati con la spesa dei primi venti atenei della classifica Arwu con i venti italiani che vi sono classificati, ha

portato a risultati interessanti.

Le migliori università al mondo sono italiane e quella di Ferrara risulta seconda al mondo. Un risultato sorprendente che ci riempie di soddisfazione e che dimostra a mio parere due cose.

La prima, di quanto siano efficienti gli atenei italiani in rapporto agli scarsi finanziamenti ottenuti. In Italia il sistema universitario è sottofinanziato, ma produce ottimi ricercatori e professionisti. La seconda, di quanto bene vengano usate nella nostra Università le risorse disponibili. Potremmo fare molto di più con piccoli aumenti di finanziamento nazionale, o almeno con una distribuzione delle risorse più meritocratica tra gli atenei.

continua a pagina 15

edil

TETTI

Cell. 328.6362079
320.7516773
ediltetti.fe@gmail.com

Impermeabilizzazioni
a partire
da Euro 25 al mq.

PRIMO PIANO

La regione è ai primi posti in Italia per numero di aziende che continuano a macinare fatturati e ad aumentare addetti

La terra del **biologico** cresce e non si accontenta

Chi è



Simona Caselli, Parma, 1961, è assessore regionale all'Agricoltura, caccia e pesca.

di **Francesca Candioli**

Vent'anni fa nessuno ci avrebbe scommesso, ma da qualche anno sono sempre di più gli agricoltori italiani che si riscoprono «bio». Complice un mercato in crescita dal 2006 accompagnato dall'idea di ripensarsi più ecosostenibili, nel giro di pochi anni l'Emilia-Romagna si è ritrovata al primo posto per numero di imprese di trasformazione e/o vendita di prodotti biologici, e al quinto per quantità di imprese agricole dedite a questo genere di produzione.

Secondo i dati del 2014, diffusi dalla Regione Emilia-Romagna, sono 3.876 le imprese bio sul nostro territorio, 867 sono di trasformazione, che rappresentano il 4,1% delle aziende emiliano-romagnole e che ope-



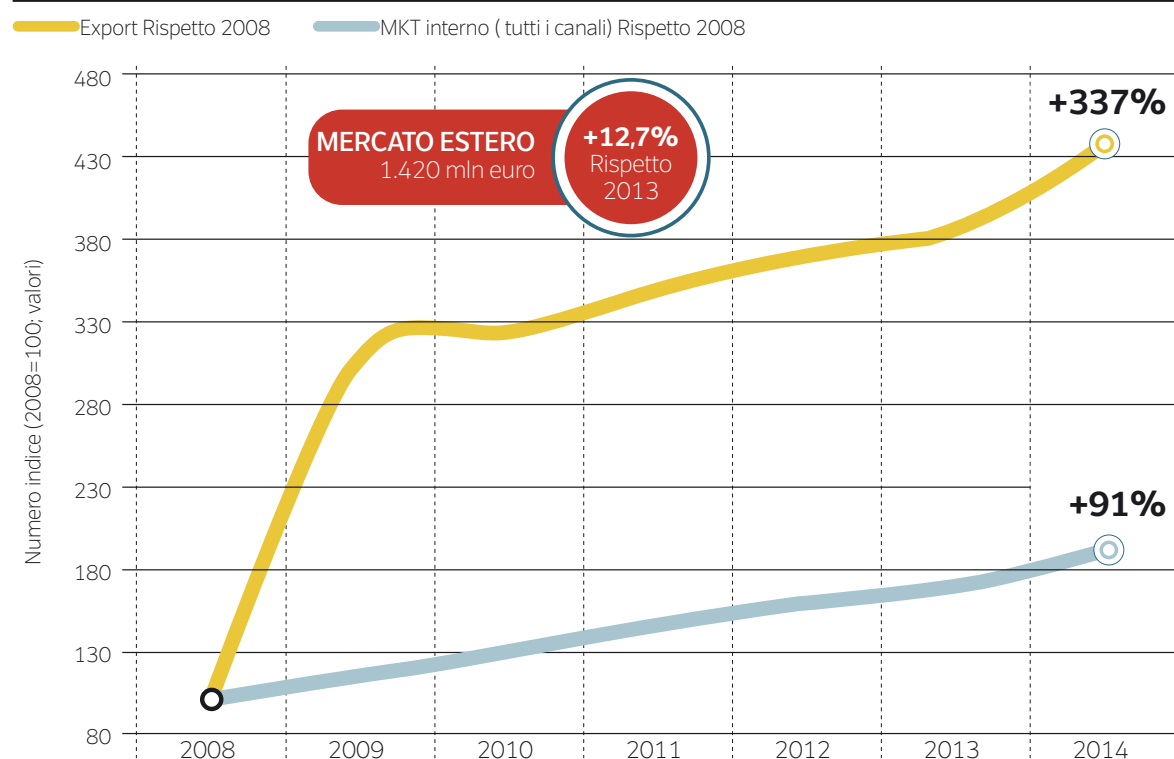
Puttini (Alce Nero)
Abbiamo chiuso il 2014 con 55 milioni di fatturato e nei primi 8 mesi del 2015 lo abbiamo superato

rano su 85.000 ettari, pari all'8% della superficie coltivata regionale. Sono questi i numeri di un comparto, su cui in molti oggi stanno cercando di puntare, che sono stati presentati al Sana, il Salone del biologico organizzato dal 12 al 15 settembre a Bologna, e che sono destinati ad aumentare.

A sostenerlo sono gli stessi produttori locali in esposizione in fiera. Da chi fa biologico da tempi non sospetti e si è trasformato in un colosso del settore come **Almaverde bio**, nata nel 2000 con sede a Cesena, e **Alce Nero** attiva nella città delle Due Torri dal '78 quando un gruppo di giovani decise di buttarsi in un modo, tutto nuovo allora, di coltivare cercando di rispettare l'equilibrio della terra. «E da allora è andata sempre meglio: l'anno scorso abbiamo chiuso con 55 milioni di fatturato che nei primi otto mesi del 2015 abbiamo già superato» spiega **Gianluca Puttini**, responsabile marketing di Alce Nero, tra le aziende leader del biologico che oggi dà lavoro a 55 dipendenti. Fino ad arrivare a chi nel settore del bio ci è entrato da poco, forte del fatto

Così in Italia

Vendite agroalimentari Bio 2008-2014



BIO: I NUMERI CHIAVE DEL CAMPIONE SANA-NOMISMA



150

Imprese del campione



959,6

Fatturato agroalimentare BIO del campione (in mln di euro nel 2014)



50%

Vocazione al BIO delle imprese del campione (quota fatturato BIO su totale fatturato agroalimentare %; 2014)

Propensione all'export: un confronto con il comparto agroalimentare italiano



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2015

centimetri

che, se nell'ultimo anno i consumi alimentari italiani si sono ridotti dello 0,2%, il consumo del biologico non si è invece arrestato, tanto che il valore della sua spesa è cresciuto in Italia dell'11%. Mentre in regione, rispetto al 2013, la produzione lorda vendibile è aumentata del 14%.

Sono tutti dati che conoscono bene anche le aziende piccole come **La Pineta** di Ravenna, attiva in questo campo da soli 12 mesi con 21 dipendenti e 11 soci per un totale di 6 milioni di

fatturato. «Siamo nati come cooperativa dal 1982, e da un anno ci siamo riscoperti bio. Da una parte questo è un settore che cresce tutti gli anni, dall'altra invece la gente è sempre più attenta quando sceglie cosa

Coltivazioni

L'8% della superficie agricola della regione è coltivato con piantagioni biologiche

mangiare. Per ora abbiamo numeri piccoli, ma buoni», commenta **Pierpaolo Morelli**, responsabile dell'azienda. Ma per chi oggi vuole passare al biologico, come spiega l'assessore regionale all'agricoltura **Simona Caselli**, gli incentivi non mancano. Infatti secondo i dati di marzo 2015 diffusi dalla Regione, circa il 30% del totale dei contributi concessi dal Programma di sviluppo rurale dell'Emilia-Romagna 2007-2013 sono andati ad imprese biologiche per un totale di 268 milioni

assegnati alle sole aziende agricole.

«Nel nuovo piano prevediamo altri 100 milioni da destinare a chi fa bio — continua Caselli — ma sarebbe bello riuscire a fare ancora di più, come raddoppiare la superficie dedicata al settore, anche se siamo già la prima regione con più ettari destinati a questo tipo di produzione». Ettari interessati per l'8% da produzioni ortofrutticole, anche se le colture agricole biologiche si confermano ancora le foraggere e i prati pascoli (più del 70% della superficie riservata a questo settore).

E se il bio cresce sempre di più, alcuni imprenditori hanno pensato bene di accoppiare un settore di punta come questo a un altro mercato fortunato come quello del «veg». Proprio come fa **Almaverde bio** che ha chiuso lo scorso semestre con vendite pari a 35 milioni di eu-



Caselli
Nel nuovo piano di sviluppo rurale prevediamo altri 100 milioni per chi fa biologico

ro, in crescita del 16% rispetto al 2014. Stessa ricetta, e storia più recente anche per **Conbio** di Rimini, attiva dal '98 con 60-70 dipendenti. Ha chiuso il 2014 con 8 milioni di fatturato, e ora è in crescita. «Più della metà delle famiglie italiane nell'ultimo anno ha comprato almeno una volta un prodotto bio, anche se spesso di fronte ad un'offerta qualificata il mercato non esprime tutte le sue potenzialità — spiega **Paolo Pari**, direttore di Almaverde — e così il consumatore tra gli scaffali non trova tutto ciò che vorrebbe, ma solo il 2% dei prodotti che cerca».

Infine se da una parte il mercato del biologico è in ascesa, dall'altro lato, come sottolinea Caselli, si sente l'urgenza di una semplificazione normativa del settore. «Come Emilia-Romagna stiamo cercando di proporre una certificazione di qualità dei prodotti di gruppo per le imprese più piccole, coprendone i costi per cinque anni — aggiunge l'assessore — Resta inoltre la necessità di riorganizzare l'intera filiera, dalla produzione primaria fino al rapporto con la distribuzione e i consumatori».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Non è solo il Sana a registrare numeri record alla sua 27esima edizione, ma anche la crescita del biologico in Emilia-Romagna continua a essere una piacevole conferma. Paolo Carnemolla, presidente di FederBio, non pare sorprendersi scorrendo i numeri del Sana.

È solo la cronaca di un successo annunciato?

«È la dimostrazione che c'è un interesse crescente per il biologico e che Sana funziona. È l'unica fiera di questo tipo in Italia, ed è nata qui perché Bologna è la capitale del biologico. Non è un caso che i principali organi certificatori abbiano sede in città. Qualcuno in passato ha provato a spostarla a Milano, ma il tentativo è miseramente fallito».

Come spiega il quinto posto dell'Emilia-Romagna per numero d'impresе dedite alla produzione agricola-vegetale e zootecnica, contro il primo per numero d'impresе di trasformazione e vendita di prodotti biologici?

«Ci sono regioni che hanno condizioni agricole perfette, migliori per clima e terreno rispetto alla nostra. Il biologico qui è concentrato in collina e montagna, dove altri tipi di produzione stenterebbero. Bisognerebbe raddoppiare la superficie dedicata al biologico e riconvertire le aziende».

Il problema sono i costi di questa operazione.

«E la burocrazia. Ma c'è un supporto anche economico che viene assicurato alle aziende. Sicuramente i primi 2-3 anni non sono semplici (il contributo è in media di 1.500 euro all'anno per ettaro per un massimo di 5 anni), ma l'investimento è sicuro».

Perché si tentenna, allora?

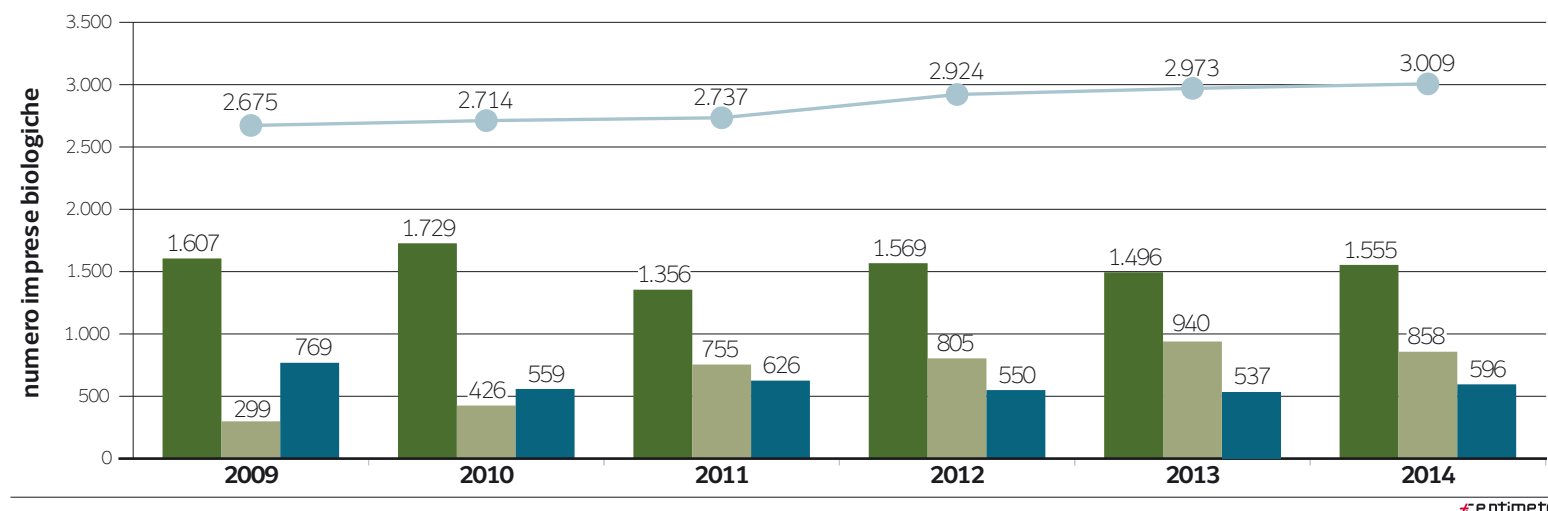
Chi è



Paolo Carnemolla è presidente di Federbio, la Federazione nazionale agricoltura biologica e biodinamica

Così in regione

■ biologiche
■ conversione
■ miste
— totale aziende agricole biologiche



«Avete condizioni perfette Ma le coltivazioni vanno raddoppiate»

Carnemolla (Federbio): il settore sconta ancora molte resistenze culturali oltre che burocratiche

«Perché l'investimento oltre che tecnico è anche culturale. Non è un caso che sul biologico stiano investendo giovani imprenditori con buoni studi alle spalle. Ed è un peccato che i vecchi agricoltori siano tanto restii a compiere questo passo:



Anche la gdo comincia a chiedere prodotti a residuo zero

Impresе che producono e trasformano prodotti biologici in Emilia-Romagna
3.876 (+8,6%)
867 (+2,8% rispetto al 2013)
Impresе di trasformazione di prodotti bio

gendo quindi verso il biologico. E ci sono diversi Paesi chiave per l'export, come la Germania, che non vogliono residui. La conversione al bio è una grande opportunità».

Qual è il profilo del consumatore di biologico?

«Giovane, istruito con figli e un reddito medio-alto. Negli ultimi tempi il biologico ha preso piede anche tra gli over 60, persone consapevoli che vogliono alimentarsi in maniera sana».

Quali sono le nuove tendenze del biologico?

«Il pubblico vegetariano e vegano sta ampliandosi, quindi è un mercato interessante per cui lavorare. E sono molto richiesti i prodotti *free from*, ossia quelli senza qualcosa, glutine o altro, adatti anche a persone con intolleranze».

Il potenziale del biologico in chiave export su che numeri si attesta?

«Europa e Stati Uniti assieme fanno il 90% del mercato internazionale di biologico, e in entrambe queste macroaree si registra una crescita a due cifre, quindi il potenziale di crescita dell'export è sterminato. In Italia però siamo limitati dal fatto



Sul biologico stanno investendo giovani imprenditori

che c'è poca materia prima e c'è un mercato interno che cresce. Il potenziale di consumo è stimato al 35% del totale, e noi siamo adesso nemmeno al 3%. Purtroppo per coprire questo spread manca il prodotto».

Francesca Blesio
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il caso 1

«È tossico, ma lo so trattare»

Gli sciroppi di Ca' del Campanaro dalla pianta del cianuro

Dal pesto d'ortica, ai saponi fatti a mano, alla marmellata prodotta con i frutti di una delle piante, il Prunus Laurocerasus, più famosa per le sue proprietà tossiche che alimentari, è ancora oggi associata a uno dei veleni mortali più conosciuti, il cianuro. Questi sono solo alcuni dei prodotti che si possono trovare nel piccolo laboratorio di Francesco Del Carlo nel Bolognese, a Villa D'Aiano, dove si trova la sua azienda agricola Ca' del Campanaro.

Una realtà, a conduzione familiare, partita nel 2004 quando la famiglia ha comprato il suo primo frutteto per ottenere poi, qualche anno dopo, la certificazione per la produzione di frutta e trasformati biologici. «Molti non sfruttano le potenzialità di una pianta come il lauroceraso perché ritenuto tossico. Tanti invece non sanno che dalle sue bacche si può estrarre, come dalla frutta, la polpa per produrre marmellate e sciroppi assolutamente non tossici», spiega Del Carlo che ha imparato a conoscere le proprietà e le de-

clinazioni culinarie di questo vegetale proprio dai suoi vicini di casa. Oltre a tre ettari e mezzo di terreno e al laboratorio, la realtà della famiglia Del Carlo ospita anche un agriturismo, composto da sei camere e da un appartamento di 50 metri quadrati. «Non abbiamo grandi numeri, il nostro fatturato si aggira attorno ai



Bolognese Francesco Del Carlo

25.000 euro, ma siamo in crescita, anche se all'inizio è stata dura».

La loro attività è partita con mercatini e fiere di paese, e solo con la notifica nel 2010 di «azienda agrituristica» e l'apertura del laboratorio per la produzione di trasformati biologici nel 2009, la produzione è riuscita a su-

perare i confini di Villa D'Aiano.

«Ora vendiamo tra Modena e Bologna, stiamo collaborando con Bologna Fiere per Expo e cerchiamo di esporre ogni anno al Sana» continua l'agricoltore che oltre alla marmellata di lauroceraso, produce confetture di zucca, mele antiche, melissa, rosa canina e molte altre.

Sui suoi tre ettari e mezzo, la famiglia Del Carlo coltiva più di 900 alberi da frutto e 50 arbusti, oltre a 7.000 piante di lavanda con cui produce il sapone. Ma ospita anche campeggiatori, a cui offre, in cambio dell'acquisto dei prodotti dell'azienda, buoni omaggi per una notte da passare nell'area di sosta. E oltre ai pernottamenti, Ca' del Campanaro, come scrive nel suo sito, apre anche ai *woofers*, ossia a coloro che aderiscono al Woof: un movimento mondiale che mette in relazione progetti rurali e volontari che in cambio di vitto e alloggio offrono la propria manodopera.

F. C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il caso 2

«Paglia e fiori per dormire meglio»

A Forlì l'azienda che crea cuscini con la natura

A dieci chilometri dal centro di Forlì i sogni si fabbricano a mano e in fibre naturali da agricoltura biologica superiore al 95%. Angela e Ulisse lavorano cotone, fieno, pula, rose e altre meraviglie della natura; Anna cuce e spedisce il tutto in giro per l'Italia e l'Europa. In tre, un padre e due figlie, che di cognome fanno Persiani, realizzano cuscini e materassi con materiali naturali e biologici. E ricchi di proprietà terapeutiche. «Perché dormire su un barile di petrolio a forma di materasso o cuscino, quando puoi prender sonno su prodotti naturali che rallentano il battito cardiaco, rilassando anche la mente?» La domanda provocatoria campeggia sul sito di questa piccola ma solida e innovativa azienda familiare che 20 anni fa ha deciso di cambiar pelle, con l'ingresso dell'ultima generazione e un nuovo marchio registrato: Cuscini Bio. «Io e mia sorella volevamo entrare in azienda, trovando ogni mattina prodotti che ci rendessero felici. Non è stato semplice convincere nostro padre, ma ora che i prodotti naturali stanno vendendo più

del resto, ne è contento, anche perché questo tipo di lavoro valorizza al massimo il sapere artigiano». Per cercare il fieno magico, elemento più celebre dei cuscini di famiglia, cinque anni fa Anna e Angela sono partite con il loro furgoncino verso l'Alto Adige. «Avevamo giusto il nome della località in cui aveva sede un'azienda biologica che lo



Romagna I titolari di Cuscini Bio

coltivava, in Val Passiria. È stato un viaggio infinito, ci siamo perse più volte, ma alla fine abbiamo trovato quel che cercavamo. Abbiamo provato i bagni di fieno alpino e ragionato su come riprodurli sotto forma di cuscino». Uno strato di fieno e uno di cotone grezzo e il gioco per lo più era fatto. «Le erbe alpine, come

arnica e genziana, con il calore corporeo sprigionano le loro proprietà benefiche», spiega Angela. Tra i materiali utilizzati per i guanciali c'è anche la pula di farro e miglio che contiene acido silicico, un antidolorifico naturale. La paglia aiuta a combattere l'insonnia. E il cirmolo, con cui si possono riempire pure le federe, facilita la respirazione, oltre a conciliare il sonno. «Usiamo anche fiori come camomilla e lavanda per aggiungere al tutto l'aromaterapia». Oggi Cuscini Bio ha un suo sito, ma il passaparola continua a essere essenziale. Così la famiglia Persiani è arrivata a vendere fino in Gran Bretagna e in Belgio. Attraverso l'ente che certifica i loro prodotti ha invece trovato una fondazione che in Tanzania e India sostiene i piccoli contadini da cui acquista il cotone. «Quando ci arrivano le balle, ci sono ancora le loro impronte sopra, se non è certificata la provenienza così...». Pure una scelta etica, oltre che rispettosa della natura, aiuta a dormire sonni sempre più tranquilli.

F. B.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CIESSEFRIGO
IMPIANTI FRIGORIFERI
INSTALLAZIONE E MANUTENZIONE

**REFRIGERAZIONE
&
CONDIZIONAMENTO**



CIESSEFRIGO SNC DI CANTONI A. E C.
Via Ulisse Carmi, 10
42043 TANETO DI GATTATICO (RE)
3485940799 - 3465023920 - 3313231936
TEL.UFF. 0522/1484110
e-mail: info@ciessefrigo.com

L'INTERVISTA

Andrea Aureli

Il fatturato dell'azienda di macchine per legno tornerà a superare quest'anno i 500 milioni
Resta aperta l'opzione Borsa: «Ma ora non serve»



«Scm riprende a correre»

Chi è

Andrea Aureli, 50 anni, Rimini, è amministratore delegato del gruppo Scm assieme a Giovanni Gemmani. È subentrato allo zio Alfredo. Il padre Adriano è diventato invece presidente

di Massimo Degli Esposti

Per Scm Group è arrivato il momento del decollo: dai 466 milioni di ricavi dell'anno scorso si dovrebbe passare quest'anno a 520 milioni e gli ordini sono balzati avanti del 20% nel primo semestre anche grazie ad una mega commessa da 15 milioni ottenuta in Cina poche settimane fa. Il simbolo dell'aria nuova che spira sul colosso riminese delle macchine per la lavorazione del legno è a Milano, all'ingresso di Expo. È l'Albero della Vita interamente realizzato con macchine Scm Group, come del resto gran parte dei mega padiglioni in legno che fiancheggiano Cardo e Decumano e il Cavallo Pace di Valerio Cometti prodotto da Riva 1920. L'amministratore delegato Andrea Aureli, appena rientrato da una missione in Cina e Taiwan, non nasconde il suo ottimismo: «Nel primo semestre di quest'anno abbiamo visto una netta inversione di tendenza. Segno che il faticoso lavoro di questi anni sta dando i suoi frutti».

Il contratto di solidarietà scaduto il 6 settembre, però, è stato rinnovato. Cosa significa dottor Aureli?

«Il mercato è in decisa ripresa, tuttavia gli ultimi anni ci hanno insegnato che oggi le certezze non sono mai assolute. Abbiamo rinnovato il contratto di solidarietà per averlo a disposizione in caso di bisogno».

Avete anche rivoluzionato i vertici, partendo dalla famiglia e dal direttore generale. Un passaggio delicato?

«I passaggi generazionali nelle aziende familiari sono sempre momenti importanti e di cambiamento. Nel nostro gruppo bifamiliare, con il capitale diviso esattamente a metà fra gli Aureli e i Gemmani, c'è stata una naturale dialettica tra la generazione dei nostri genitori, maestri e strateghi indiscussi del successo di Scm, e noi nuove generazioni che sgomitavamo un po'. Anche se definirmi nuovo a cinquant'anni mi fa un po' sorridere».

Come l'avete risolta? E come la risolverete in futuro?

«I nostri genitori ebbero la lungimiranza di coinvolgere consulenti di alto livello come il professor Vitale e il professor Corbetta. A loro il merito di aver contribuito a stabilire regole per la successione e un percorso di valutazione per chi subentrava. Poi le assicuro che una convivenza

così complessa fra azionisti di pari dignità aiuta molto ad affinare l'arte della discussione e del compromesso. Noi siamo già di fatto una public company».

Pronta per andare in Borsa...?

«Non ne abbiamo necessità, nell'immediato. Ma è una possibilità che teniamo sempre aperta. In futuro potremmo avere l'occasione di fare acquisizioni importanti e in quel caso valuteremo. Per ora pensiamo a una crescita interna, mirando soprattutto ad equilibrare i vasi comunicanti dei diversi mercati e delle diverse tipologie di prodotto, anche con acquisizioni studiate per completare i pochi tasselli mancanti alla vasta gamma delle tecnologie offerte».

La più recente acquisizione è stata la CMS, in un settore, quello della lavorazione della plastica, del marmo e dei compositi, che non è nella tradizione del vostro gruppo. Cosa significa?

«Eravamo da anni soci di CMS con il 51%. Ora abbiamo rilevato dalla famiglia Aceti il 49% perché crediamo che il settore abbia grandi poten-



Ora siamo entrati noi della terza generazione, i passaggi sono sempre momenti importanti. Per fortuna nel nostro gruppo abbiamo regole precise per la successione, c'è stata una naturale dialettica tra giovani e maestri

zialità di sviluppo se messo in sinergia con il resto del gruppo. Nel nostro piano triennale CMS è destinata a giocare un ruolo molto più importante rispetto ad oggi, quando rappresenta 100 milioni di ricavi su un totale di gruppo di 466 milioni. Con la riorganizzazione che le dicevo il nostro management è costituito da specialisti delle diverse business units, formati internamente e provenienti da importanti gruppi come Pirelli, Merloni, Unilever, Ferrari. È il presupposto per valorizzare al meglio la diversificazione del nostro gruppo».

Sarebbe questo, il nuovo modello organizzativo, ciò che ha portato in dote lei, subentrando a suo zio Alfredo Aureli per vent'anni alla guida del gruppo?

«Il modello organizzativo è nato dal confronto fra i soci. Prima di entrare in azienda, ho lavorato tre anni all'estero e altri tre nella multinazionale ABB. Credo di aver visto un metodo di lavoro tarato sulla gestione di multinazionali con organizzazioni molto complesse. Per la nostra azienda era una novità, tanto che nelle riunioni mi prendono un po' in giro definendomi "il maniaco del verbale della volta precedente". Diciamo che non mi piace discutere per discutere, ricominciando ogni volta da capo».

Da anni Scm è uno dei migliori esempi di quel quarto capitalismo internazionalizzato, considerato la forza del made in Italy. Brasile e Cina, i due Paesi dove siete più forti, stanno però attraversando un periodo difficile. È preoccupato?

«Come le dicevo, questo è un mondo sempre più dinamico con situazioni diverse e in continua evoluzione. Cina e Brasile stanno rallentando, ma il mercato statunitense è molto brillante, l'Europa e l'Italia sono in ripresa, altri Paesi emergenti continuano a tirare. Il nostro obiettivo è gestire al meglio gli alti e bassi delle diverse aree. Abbiamo un vantaggio: in un mercato che vale circa 4 miliardi di euro a livello mondiale, dove siamo secondi solo a un gruppo tedesco da circa 900 milioni concentrato sul settore mobili, noi siamo gli unici ad offrire una gamma completa, dall'edilizia al mobile, dall'hobbistica ai grandi impianti industriali».

In Cina voi foste pionieri, tra i primi in Italia ad investire in quel mercato. È finito il miracolo?

«Siamo presenti in Cina dagli anni '70, recentemente la Cina ha subito un rallentamento, ma Scm Group può vantare numerosi e importanti clienti che hanno continuato ad investire sulle nostre tecnologie nonostante le ultime turbolenze finanziarie del paese. Anche noi continuiamo ad investire in Cina, pur sapendo quanto sia volatile il contesto economico e poco regolamentato il mercato; perciò siamo sempre stati molto prudenti».

Ripartirà l'Italia?

«I presupposti ci sono. Finora abbiamo visto degli zero virgola di crescita che non possono certo entusiasmare; però rivedo in giro sorrisi e gente che pensa positivo. Quindi sono ottimista. Il timing è giusto, ora è indispensabile mantenere la rotta».

L'azienda

La storia

Gemmani e Aureli due famiglie al timone dagli anni '30

Lanfranco Aureli e Nicola Gemmani fanno gli operai nella sede riminese della Fonderia Negrini di Bologna. Nel 1935 l'azienda chiude i battenti e li lascia a spasso. Ma loro non mollano: con altri due soci, poi usciti, rilevano l'attività e continuano a fare i fonditori, sull'onda del boom delle commesse belliche. Finita la guerra, però, bisogna inventare qualcosa per sopravvivere. Ci pensa Giuseppe Gemmani, figlio di Nicola, fresco di laurea in ingegneria. Progetta la prima rivoluzionaria macchina per la lavorazione del legno e su questa nasce, a Villa Verrucchio, nel riminese, la Scm. La macchina si chiama «L'invincibile» e il nome è profetico. L'azienda cresce vorticosamente, diversifica la produzione con i centri di lavoro per l'edilizia e il massello, e già pochi anni dopo è il numero uno in Italia, contendendosi il primato con le pesaresi Morbidelli e Biesse. Quando la prima viene acquisita, nel 1985, ed entra nell'orbita della coppia Aureli-Gemmani, il gruppo Scm conquista la leadership mondiale, rafforzata nel '92 con l'acquisizione della Routech. Nel frattempo subentrano nuove generazioni nelle due famiglie che controllano il gruppo con il 50% del capitale ciascuna: i figli di Lanfranco, Adriano e Alfredo, rispettivamente vicepresidente e amministratore delegato, e il figlio di Giuseppe Gemmani, Giovanni, che succederà al padre come presidente. Nel 2002, con l'acquisizione del 51% di CMS dalla famiglia Aceti, il gruppo riminese entra in un nuovo settore: le macchine per la lavorazione di compositi, leghe metalliche leggere, pietre e plastica. I clienti sono i colossi dell'automotive e l'industria aerospaziale.

Negli anni immediatamente precedenti la crisi Scm Group arriva a fatturare oltre 500 milioni; la recessione, però, colpisce duramente e i ricavi crollano del 48% in un solo anno, il 2009; i bilanci vanno in rosso e arrivano per la prima volta cassa integrazione e tagli occupazionali. Da allora inizia un meticoloso lavoro di ricostruzione coronato nel 2014 col ritorno in equilibrio del conto economico e ricavi nuovamente in prossimità del 500 milioni. Nell'estate del 2013, frattempo, arriva anche una piccola rivoluzione in famiglia. Alfredo Aureli lascia la carica e con i figli rileva l'intero capitale della controllata Robopac (Aetna group) specializzata in macchine automatiche di confezionamento, con 120 milioni di fatturato. Gli Aureli restano al comando di Scm con il primogenito di Adriano, Andrea, cinquant'anni e una laurea in Economia all'Università di Bologna, nominato amministratore delegato. Nella carica è affiancato da Giovanni Gemmani, che lascia il posto di presidente ad Adriano Aureli, ora quasi ottantenne, da sempre l'uomo immagine del gruppo ed ex presidente degli industriali riminesi.

Scm oggi esporta il 70% della produzione, ha 18 stabilimenti (due sono fonderie), produce direttamente in Cina e Brasile, ha un centro ricerche con 400 dipendenti.

M. D. E.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



CONVEGNO

IMPRESE E TERRITORIO: UN ECOSISTEMA LOCALE IN MOVIMENTO.

BOLOGNA, 23 OTTOBRE 2015
PALAZZO DE' TOSCHI
PIAZZA MINGHETTI, 4/D

cinquecento

PROGRAMMA

- 09.30 Registrazione partecipanti
10.00 Apertura dei lavori: Enzo Mengoli, Direttore Generale Banca di Bologna
10.20 Gary P. Pisano, Harvard Business School Professor,
Relazione introduttiva "USING INNOVATION TO SHAPE YOUR BUSINESS"

I SENTIERI DELLA TRASFORMAZIONE

- 11.00 Intervento di Alberto Vacchi, Presidente e AD Ima, Presidente Unindustria Bologna
11.20 Intervento di Massimo Maccaferri, Presidente Eridania Sadam - Gruppo Maccaferri
11.40 Intervento di Claudio Domenicali, AD Ducati Motor
12.00 Intervento di Stefano Galinelli, Presidente AlfaSigma

- 12.50 PAUSA LUNCH
15.00 RIAPERTURA DEI LAVORI

I NUOVI ATTORI IN CAMPO

- 15.00 Gianni Lorenzoni, Professore Emerito di Strategie Aziendali - Università di Bologna
Introduzione e coordinamento dei lavori

- 15.15 Intervento di Christian Sarcuni, Fondatore PizzoBo
15.35 Intervento di Sebastiano Zannoli, CEO Angiodroid
15.55 Intervento di Marco Astorri, Presidente Bio-On
16.15 Intervento di Nicolò Monaresi, Fondatore e CSO Silicon Biosystem

17.00 TAVOLA ROTONDA CONCLUSIVA

introdotta e coordinata da Andrea Cangini, Direttore QN-Resto del Carlino

Interventi di:

- Enzo Mengoli
Romano Volta, Presidente e AD Datalogic
On. Gian Luca Galletti, Ministro all'Ambiente
Giorgio Tabellini, Presidente Camera di Commercio IAA - Bologna
Gianpiero Calzolari, Presidente Granlatte
Carlo Gherardi, Presidente Crif
Matteo Lepore, Assessore Attività Produttive - Comune di Bologna

MONOPOLI

Multiutility gigante, tanta energia non scalda nessuno

L'ipotesi di maxifusione tra Hera, Iren e A2A non piace agli economisti e forse all'Antitrust

Un colosso, come in Borsa ce ne sono pochi: una capitalizzazione prossima ai 9 miliardi di euro, non lontana dai 10 miliardi di grandi finanziarie e holding industriali, come Exor o Cnh. Questo sarebbe il risultato della fusione fra Hera, Iren e A2A, le tre grandi multiutility quotate del Nord, il cui azionariato di controllo fa capo ai Comuni attraverso i consorzi provinciali (Hera), o quote importanti dirette: dal 7-8% (Torino, Parma e Reggio Emilia in Iren) fino al 25% (Milano e Brescia in A2A).

Il progetto finirà probabilmente in uno dei 40 inceneritori gestiti dalle tre aziende, nonostante sia sostenuto dal sindaco di Torino Piero Fassino. Non uno qualunque: azionista di Iren, esponente tuttora importante del Pd, presidente dell'Anci, l'associazione dei comuni italiani. Un disegno strategico, quindi, un

Chi è



Donato Berardi, studioso dei servizi pubblici locali e dei faticosi processi di razionalizzazione e privatizzazione, dirige il Laboratorio Spl di Ref Ricerche

modello da additare ai sindaci, stretti fra la (in)sostenibilità finanziaria di molte partecipate di servizi locali; la pressione, anche legislativa, a dismettere tali partecipazioni; e il desiderio di mantenere poteri di indirizzo e relazioni «di prossimità» con i gestori di servizi locali ambientali (raccolta e trattamento dei rifiuti, ciclo dell'acqua, oltre a gas ed energia elettrica).

Fassino insiste da anni e non parla al vento. Il 7 settembre si è rivolto agli imprenditori e ai manager riuniti da Confindustria a Cernobbio per un workshop. La sua tesi non dispiaceva all'assessore al Bilancio di Milano, Bruno Tabacchi. Ora Tabacchi non c'è più e la giunta del sindaco Pisapia è a fine corsa, in vista delle elezioni 2016.

Iren ovviamente non parla, ma le reazioni del M5S a Parma, di opposizioni e ambientalisti lungo la via Emilia, sono molto critiche soprattutto

Tre giganti ad altissima energia

Confronto tra alcuni indicatori di Hera, Iren e A2A

unità di misura				
Ricavi	miliardi di €	4,2	2,9	5,0
Mol	milioni di €	868	623	1024
Utile netto	milioni di €	182	86	- 37
Patrimonio netto	miliardi di €	2,3	1,8	3,2
Capitalizzazione	miliardi di €	3,4	1,8	3,5
				
Dipendenti	numero	8.500	4.500	12.000
Rifiuti trattati	milioni di tonn.	6,4	1,1	2,5
Acqua venduta	milioni di metri cubi	295	147	60
Gas distribuito	miliardi di metri cubi	2,6	2,2	1,7
Energia venduta	Twh	9,1	11,1	10,8
Teleriscaldamento	Twh	=	2,6	2,0

Fonte: Rendiconti 2014 e quotazioni di Borsa al 14 settembre 2015

centimetri

sul trattamento dei rifiuti. La Regione discute una legge che incentiva la raccolta differenziata e riduce la produzione di immondizia. Perciò l'assessore all'Ambiente dell'Emilia-Romagna, Paola Gazzolo, prende le distanze dai «colossi troppo grandi per prestare attenzione ai territori e ai cittadini».

Bologna ha atteso qualche giorno, poi il sindaco Merola e l'ad di Hera, Venier, hanno opposto un netto dissenso alla proposta (Corriere di Bologna del 15 settembre). Gli argomenti di Venier, al di là delle sottolineature su «territorio» e «prossimità», sono condivisi da molti economisti.

I gruppi attuali sono il risultato di fusioni e acquisizioni avvenute nel tempo, e di integrazioni che proseguono tuttora con operatori di piccole e medie dimensioni, anche del centro Italia. Iren è più piccola, ma i gruppi sono comparabili. Le attività sono in buona parte sovrapponibili, ma A2A è anche un importante produttore di energia (aspetto non considerato dal grafico che confronta le tre aziende, ndr). L'aggregazione produrrebbe 12 miliardi di ricavi, oltre 7 miliardi di patrimonio netto, 25.000 dipendenti. I clienti sarebbero almeno 10 milioni, in parte fruitori di più

C

Sul web

Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese, condividerli e lasciare commenti su www.corrieredibologna.it

servizi.

Un colosso senza confronti in Italia. Una miriade di piccoli e medi fornitori di servizi locali gli razzolerebbe intorno, forse destinati ad essere fagocitati o a essere prede di altri operatori, magari esteri, chissà quanto disposti a competere con chi già godrebbe di una posizione dominante. La prospettiva non piace all'economista Donato Berardi, studioso dei servizi pubblici locali e dei faticosi processi di razionalizzazione e privatizzazione (dirige il Laboratorio Spl di Ref Ricerche): «Mi sembra un disegno che ricorda il dirigismo dell'Iri. Le tre aziende quotate sono realtà industriali. Perché dovrebbero fondersi? Per cercare economie di scala nei costi operativi? La loro già ampia dimensione non le giustifica».

Forse i benefici potrebbero essere di tipo finanziario? «Già oggi beneficiano di costi della provvista più competitivi di quelli dello Stato italiano — osserva Berardi — e rappresentano poli naturali di aggregazione per le società pubbliche minori. Non sarebbe più ragionevole un disegno per consolidare intorno alle tre imprese le quasi 2.000 partecipate degli enti locali, attive nei servizi di pubblica utilità? Non sarà che, parlando di grandi sistemi, si evita di affrontare il futuro delle 8.000 partecipate locali che non si riesce a razionalizzare?». E l'Antitrust, avrebbe qualcosa da dire?

Angelo Ciancarella
© RIPRODUZIONE RISERVATA

**MAICO**

**CHIAMATA GRATUITA
NUMERO VERDE
800-213330**

Cell. 347 2693518



**LO CHIAMI MAICO
LO SENTI AMICO**

garanzia 2 anni

pagamento dilazionato (0 interessi) fino 24 mesi

servizio a domicilio

MAICO, VINCE LA SORDITA'!

BOLOGNA
Piazza dei Martiri, 1/2
Tel. 051 249140
248718 - 240794

BOLOGNA
Via Mengoli, 34
(di fianco alla Asl)
Tel. 051 304656

BOLOGNA
Via Emilia Ponente, 16/2
Tel. 051 310523

BOLOGNA
San Lazzaro Di Savena
Via Emilia, 251/D
Tel. 051 452619

ADRIA
Corso Mazzini, 78
Tel. 0425 908283

CARPI
Via Fassi, 52/56
Tel. 059 683335

CASTELFRANCO EMILIA
Corso Martiri 124
Tel. 059-928950

CENTO
Corso Guercino, 35
(Corte del teatro)
Tel. 051 903550

CESENA
Via Finali, 6
(Palazzo Barriera)
Tel. 0547 21573

FAENZA
Via Oberdan, 38/A
(di fronte al parco)
Tel. 0546 621027

FERRARA
Piazza Castello, 6
Tel. 0532 202140

FORLI'
Via Regnoli, 101
Tel. 0543 35984

MODENA
V.le Menotti, 15-17-19
(Ang. L.go Garibaldi)
Tel. 059 239152

MODENA
Via Giardini, 11
Tel. 059 245060

RAVENNA
Piazza Kennedy, 24
(Galleria Rasponi)
Tel. 0544 35366

REGGIO EMILIA
Viale Timavo, 87/D
Tel. 0522 453285

RIMINI
Via Gambalunga, 67
Tel. 0541 54295

ROVIGO
Corso del Popolo, 357
(angolo Via Toti)
Tel. 0425 27172

SASSUOLO
Viale Gramsci, 15/A
Tel. 0536 884860

**ZERO COSTI
ZERO INTERESSI**

DA OGGI
ATTIVABILE CON
IL BANCOMAT



QUI TI OFFRIAMO PAGODIL

Troveremo insieme la soluzione migliore

**SIAMO PRESENTI NELLE FARMACIE DELLA VOSTRA PROVINCIA.
PER APPUNTAMENTI: 800.213330 - 347.2693518**

**MAICO**
AUDIOPROTESI E PRODOTTI ACUSTICI

www.maicocentriacustici.it

SCENARI

Startup, 9 su 10 nascono con i soldi di papà

L'analisi di Aster: difficile farcela da soli

Cappiello (Unibo): «Anziché cercare lavoro molti giovani capitalizzano la paghetta»

Il posto fisso nella grande azienda oppure nel pubblico sono usciti fuori dai radar dei cerca lavoro da molto tempo. Non è una novità. Ma i dati sull'occupazione in Italia lanciano timidi segnali di ripresa: le persone con un impiego sono aumentate a luglio (+0,2%), il tasso di disoccupazione è calato di 0,5 punti percentuali (arrivando al 12%), gli inattivi diminuiscono di mese in mese (meno 87.000 persone da inizio anno, -0,6%), e anche gli scoraggiati. Al loro posto, come sottolineato anche dalle pagine nazionali del *Corriere della Sera*, si fa strada invece il popolo dei coraggiosi: quelli che si sono stancati di aspettare e ricorrono al lavoro fai da te. I numeri di chi ha conquistato un posto tramite il centro per l'impiego del resto sono deprimenti: solo l'1,4%. L'Istat rileva invece che l'88,9% di chi cerca si rivolge invece ad amici — anche su Facebook o LinkedIn — conoscenti e parenti (la percentuale è cresciuta di 6 punti dall'inizio della crisi, nel 2008).

«L'imprenditoria non è



Cappiello
I genitori di fatto stanno mantenendo il figlio, formalmente gli danno la possibilità di finanziarsi l'impresa

un'avventura solitaria», commenta Giuseppe Cappiello, docente di Economia e gestione delle imprese all'Alma Mater. Nove volte su dieci, rileva Aster, le startup nascono proprio con i soldi di mamma e papà. Tentare di «capitalizzare la paghetta» è diventato uno step quasi scontato per molti giovani dopo la laurea. «È un po' come se il genitore dicesse al figlio "non preoccuparti se non trovi subito un lavoro, per il primo anno ti aiuto io — sintetizza Cappiello — così materialmente sta mantenendo il figlio, formalmente gli dà la possibilità di finanziarsi l'impresa».

Lo studio condotto dal consorzio dell'Emilia-Romagna per l'innovazione e la ricerca industriale in collaborazione con l'Università di Bologna, mostra che, in linea con il trend del Paese, anche nella nostra regione le risorse finanziarie arrivano dalla famiglia per l'88,6% delle start up. Solo per il 3% intervengono banche e istituzioni finanziarie.

«Partendo da uno stock di risorse iniziali costituito dai

Con l'aiuto di mamma e papà

RISORSE FINANZIARIE

88,6%
erogate da parenti e amici

3%
erogate da banche

4%
partecipano aziende industriali

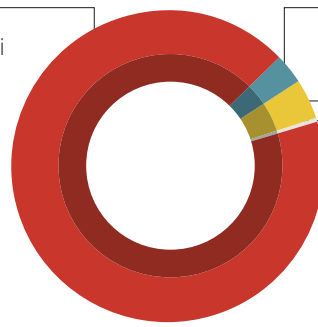
0,4%
partecipano Venture capital

2/3
delle startup ha chiesto finanziamenti europei

13%
li ha ottenuti

80%
ha richiesto finanziamenti nazionali

5,7%
li ha ottenuti



47,1%
ha richiesto finanziamenti regionali

35,7%
li ha ottenuti

67%
ha richiesto finanziamenti alle istituzioni locali

35,7%
li ha ottenuti

STARTUP IN REGIONE

2015 **3.842**
2013 **1.719**

12,05%
(+123%) del totale nazionale

500.000 euro
fatturato medio

9
numero medio di addetti

Fonte: Aster e Università di Bologna

centimetri

soldi dei parenti, ma anche dai propri studi non si è più portati a escludere come un tempo che ce la si possa fare da soli — insiste Cappiello —, la dice lunga il fatto che ci siano persino dei programmi tv sulle startup». Dalla fine del 2013 al 30 aprile scorso le imprese innovative sono più che

raddoppiate: +123%, passando da 1.719 a 3.842. La nostra regione rappresenta il 12% del totale nazionale, seconda alla più grande Lombardia. «E il tasso di sopravvivenza — spiega il direttore di Aster, Paolo Bonaretti — è molto elevato, al 77%, sia rispetto sia alle imprese normali che a quelle in-



Sul web
Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese su www.corrieredi-bologna.it

novative, con un fatturato è cresciuto mediamente del 35% in quattro anni». Quasi la metà ha un fatturato annuo fino a 500.000 euro e un massimo di 9 addetti.

«Non è soltanto la crisi, o meglio la retorica della crisi e il suo continuo parlarne, a fare sì che ci si rimbocchi le maniche a partire dai propri talenti — commenta il docente di Economia — la verità è che si sta diffondendo una cultura dell'imprenditorialità». Ma crescere in una famiglia che ha già avuto un'esperienza d'impresa dà la marcia in più: a finanziare l'idea dei propri figli sono soprattutto genitori imprenditori. Investono sulla seconda generazione nell'era del digitale e dell'internazionalizzazione: la carta che fa la vera differenza. «Le startup — nota Cappiello — cominciano a nascere già born global, spesso i ragazzi trovano i potenziali soci dall'altra parte del mondo via web. E cominciano a svilupparsi dei broker che stabiliscono dei ponti tra mondi diversi». Oltre la metà delle startup emiliano romagnole del resto è attiva nei servizi Internet (35,5%), comunicazione e new media (27,1%): settori in cui il budget iniziale richiesto è molto basso.

Mara Pitari

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Lavora con noi

IL GRUPPO SPAL

è sempre alla

RICERCA

di persone di talento anche per:






www.spal-group.com

www.spalautomotive.com/eng/group.aspx

Via per Carpi, 26/B - 42015 Correggio (RE) - Italy - Tel. +39.0522.731311 - Fax +39.0522.693611

web: www.spalautomotive.com - e-mail: g.frignani@spal.it

SPECIALE

FRUIT & VEG PROFESSIONAL SHOW

MACFRUT 2015

ALL'INTERNO
»»»

INTERVISTA

Il contributo
del presidente
di Cesena Fiera

FORUM

Convegni sulle
prospettive
del settore

NETWORK

Mercati:
nuove alleanze
strategiche

INNOVAZIONE

Prima edizione
del Macfrut
Innovation Award

INIZIATIVE

Professional
Tour e
ospitalità

FORMAZIONE

Workshop
tecnici gratuiti
su temi attualiA RIMINI TUTTO PRONTO
PER LA GRANDE EDIZIONE 3.2

Per tre giorni, dal 23 al 25 settembre, il mondo dell'ortofrutta converge sulla kermesse romagnola

Una nuova sede espositiva, più aziende presenti, una ricca offerta di iniziative per l'innovazione e l'internazionalizzazione, fra cui visite specializzate in campo e in aziende di trasformazione. Sono molte le novità dell'edizione 2015 di Macfrut, la fiera italiana dell'ortofrutta in programma dal 23 al 25 settembre. L'inaugurazione è prevista per le 11 del 23 settembre alla presenza del ministro Martina e del ministro dell'Agricoltura della repubblica Dominicana.

La prima e più importante novità è che la manifestazione, sempre organizzata da Cesena Fiera, si svolgerà negli spazi espositivi di Rimini articolata in sei padiglioni e 11 settori espositivi (Sementi, Novità vegetali & Vivaismo, Tecnologie produttive, Produzione, Commercio & Distribuzione, Macchinari & Tecnologie, Materiali & Imballaggi, IV gamma, Frutta Secca, Logistica, Servizi).

La nuova location favorirà i collegamenti grazie alla presenza al suo interno di una fermata ferroviaria dei Freccia di Trenitalia della linea Milano-Bari, e darà vita a nuove sinergie grazie alla concomitanza con Flora Trade, la fiera internazionale del florovivaismo. A conferma del grande interesse che il nuovo Macfrut sta susci-



tando nella filiera ortofrutticola italiana ed internazionale sono le numerose adesioni di alto profilo. Tra questi Sun World, l'azienda californiana capofila mondiale nel breeding di nuove varietà di uva senza semi e di susino; Zespri, il colosso neozelandese leader mondiale nel mercato del kiwi; numerosi stand paese presenti con produttori, importatori ed esportatori. Il 20% degli espositori infatti saranno esteri provenienti da una ventina di paesi: Austria, Belgio, Bosnia Erzegovina, Brasile, Cina, Repubblica Dominicana, Egitto, Francia, Germania, Gran Bretagna, Lituania, Nuova Zelanda, Olanda, Perù, Portogallo, Spagna, Stati Uniti, Tunisia, Turchia.

A cui si aggiungono sei new entry: Nigeria, Kenya, Polonia, Bosnia, Messico ed Ecuador (quest'ultimo con 12 imprese tra le più importanti realtà esportatrici del Paese). Le nuove tecnologie meccaniche per le aziende ortofrutticole - sia quelle ad indirizzo orticolo sia quelle ad indirizzo frutticolo - sono una delle chiavi per rendere la filiera italiana sempre più efficiente e competitiva a livello internazionale. A Macfrut la meccanica ortofrutticola specializzata avrà grande spazio e visibilità nel maxi padiglione riservato al pre-raccolta grazie alla partnership siglata tra Cesena Fiera e la federazione dei costruttori italiani di macchine agricole FederUnacoma.

IL CONTRIBUTO
DI GRANDI PARTNER

Nutrito il gruppo dei partner che contribuiranno a rendere più interessante la rassegna.

UniCredit: main sponsor e business partner della fiera dell'ortofrutta. Grazie all'accordo strategico con Unicredit, Macfrut 2015 vedrà la presenza di numerosi buyers della Grande distribuzione provenienti dall'Est Europa e da importanti Paesi extra Unione europea.

Coface: leader mondiale nell'assicurazione dei crediti è partner della fiera per l'area assicurativa. Il gruppo, nato in Francia circa 70 anni fa e presente direttamente e indirettamente in 98 Paesi nel mondo, affiancherà le aziende partecipanti attraverso attività informative e di protezione dal rischio insolvenze.

L'Informatore Agrario curerà workshop tematici sui mezzi tecnici e sul vivaismo ortofrutticolo che porteranno alla luce le dinamiche tecniche e di mercato di

maggiore attualità e interesse per il comparto ortofrutticolo. Questa edizione si preannuncia particolarmente ricca di incontri tecnici e formativi volti ad ampliare le opportunità tecniche e commerciali dei prodotti e delle tecnologie nel settore ortofrutticolo.

INFO
UTILIDOVE E QUANDO
Rimini Expo Centre,
da mercoledì 23
fino a venerdì 26
dalle 9.30 alle 18.00VISITE
L'ingresso è
gratuito con
registrazione
obbligatoriaWORKSHOP
Per partecipare è necessario
registrarsi sul sito internet
ortofrutta.informatoreagrario.it
oppure direttamente in fieraTUTTI I NUMERI
DI MACFRUT

Oltre mille espositori su un'area di 33mila mq (l'edizione precedente si sviluppava su 20mila mq). Si preannuncia un Macfrut dai grandi numeri l'edizione 3.2. «Già a 4 mesi da Macfrut avevamo totalizzato il 100% di espositori degli anni passati» afferma il presidente di Cesena Fiera Renzo Piraccini. Con queste premesse è possibile ipotizzare un'affluenza intor-

no alle 40mila presenze, in grande crescita rispetto alla passata edizione che si era attestata intorno alle 25mila. L'ottimismo dei numeri è determinato anche da un altro dato: l'alta adesione al pacchetto hospitality proposto da Macfrut agli espositori. Già alcuni mesi fa è stata registrata un'adesione di oltre 2000 pernottamenti tra le strutture ricettive di Cesena e Rimini, con una previsione di crescita sino a 6000 pernottamenti. Per favorire la partecipazione saranno organizzati bus navetta con partenza dalle principali aree di produzione italiane. L'obiettivo è agevolare la presenza in fiera di 10mila produttori ortofrutticoli.



A cura di Speed

SPECIALE
MACFRUT
2015

La fiera dell'ortofrutta guarda

LA 32ª RASSEGNA SI TERRÀ A RIMINI DAL 23 AL 25 SETTEMBRE

Tutto pronto per Macfrut 2015, 32ª edizione già ribattezzata 3.2 per le tante novità che la caratterizzano. Prima di tutto la sede: non più Cesena ma Rimini, in quello che è considerato fra i più belli, moderni, meglio attrezzati padiglioni fieristici d'Europa. Altra novità sta nella presidenza: a guidare Cesena Fiera vi è Renzo Piraccini, già manager di una delle maggiori cooperative d'Italia e grande esperto del settore ortofrutticolo. La fiera si terrà dal 23 al 25 settembre e avrà un'anticipazione, il 22 settembre, a Cesena, con un appuntamento di approfondimento che sta diventando tradizionale, il Forum, quest'anno ancora più internazionale con relatori da tutto il mondo.

A Piraccini abbiamo posto alcune domande in vista della kermesse.

Presidente, quali aspettative ci sono per il Macfrut 2015?

Siamo "carichi", per usare un linguaggio oggi di moda, siamo pronti e molto fiduciosi perché sappiamo di aver lavorato molto e duramente. Non era scontato non solo confermare i numeri di Macfrut 2014, ma addirittura aumentarli in maniera netta. La nuova sede ha convinto molti scettici e, soprattutto, molte aziende che da anni non frequentavano più la nostra fiera per gli evidenti limiti strutturali.

Quali sono i numeri di questo Macfrut 3.2?

Prima di tutto abbiamo aumentato la superficie espositiva passando da 20mila metri quadrati a oltre 33mila. Gli espositori sono aumentati toccando quota mille. A fronte di queste cifre, che sono inconfutabili, prevediamo tra i 35 e i 40 mila visitatori, contro i 25mila dello scorso anno. Questo perché



Siamo pronti e fiduciosi perché sappiamo di aver lavorato molto duramente. Non era scontato non solo confermare i numeri del 2014, ma addirittura aumentarli in modo netto
 RENZO PIRACCINI

si respira molto ottimismo, c'è voglia di rilanciare il settore e, soprattutto, una gran voglia di aprire i propri orizzonti.

E la fiera come può aiutare in questo?

Abbiamo puntato in maniera decisa sull'estero. Macfrut non si è fermato neppure un istante. Abbiamo viaggiato in tutti i continenti per al-

lacciare rapporti e portare buyer in fiera a Rimini. E poi, grazie all'accordo con Unicredit, abbiamo setacciato i mercati dell'Est seminando bene. E dal 23 al 25 settembre raccoglieremo finalmente i frutti.

Quali?

Ad esempio la Polonia sarà presente con 12 imprese nello stand ufficiale. Ma non

ca Dominicana. Quest'ultima sarà il paese d'onore, parteciperà anche il suo Ministro all'agricoltura che taglierà il nastro insieme al Ministro italiano Maurizio Martina. Questo Paese ha uno stand di 160 metri quadrati e la delegazione è composta da quaranta persone fra cui molti imprenditori che cercano tecnologie per migliorare le proprie filiere di frutta tropicale.

Altre nazioni interessanti per le imprese italiane?

Credo che una sorpresa sarà l'Iran. Ci sarà una delegazione mista istituzionale ed imprenditoriale in quanto è ormai certo che fra pochi mesi saranno revocate le sanzioni. Hanno tutte le potenzialità per rilanciare la propria economia partendo dall'agricoltura. Hanno necessità di tecnologia così come di genetica. Ma possono importare anche frutta, soprattutto quella a lunga conservazione. Ad esempio mele, così come l'Egitto sta rappresentando una buona valvola di sfogo per i nostri esportatori di mele, dopo l'embargo della Russia.

E i tanto agognati buyer stranieri, ci saranno?

Sì, lo garantisco. Anche grazie all'ottimo lavoro realizzato dall'Ice, l'Istituto per il commercio con l'estero, abbiamo già 400 buyer provenienti da tutto il mondo. Abbiamo messo a punto una piattaforma informatica grazie alla quale l'azienda, e il buyer stesso, accede in un'area riservata. Qui mette a disposizione la propria scheda e legge quella del potenziale cliente. Tramite un'agenda elettronica si può fissare un appuntamento in fiera in modo mirato, veloce e preciso.

I Mercati all'ingrosso come hanno risposto alla chiamata di Macfrut?

La distribuzione di ortofrutta, a livello nazionale, passa in gran parte da queste strutture che devono essere giustamente valorizzate. E non a caso saranno presenti in fiera con uno stand alcuni fra i maggiori mercati all'ingrosso d'Italia: Bologna, Roma, Rimini, Padova, Cesena. Dall'efficienza di queste strutture deriva la qualità dei prodotti che giungono sulle tavole dei consumatori. E, se la frutta è buona, l'atto dell'acquisto viene ripetuto. Saranno presenti anche i maggiori mercati all'ingrosso dell'Est Europa: Polonia, Croazia, Bulgaria, Ungheria, Ucraina ed Albania che organizzeranno in fiera un loro meeting.

Ha accennato al Forum: di che si tratta?

Il 22 settembre presso la rinnovata sala congressi di Cesena Fiera a Pievesestina, dalle 10 alle 18, si terrà il Forum internazionale della filiera ortofrutta, organizzato da Macfrut in collaborazione con Agrotec e Cso, con iscrizione on line obbligatoria su www.macfrut.com/macfrutforum. Un appuntamento unico a livello europeo che metterà in luce le valenze innovative dell'intera filiera ortofrutta dalla produzione, alle tecnologie, a packaging, logistica e distribuzione, per ricavarne importanti indicazioni finalizzate alla crescita e alla razionalizzazione del settore.

Non sarete soli.

No, siamo abbinati a Floratrade. Noi occupiamo sei padiglioni e Floratrade due. Si tratta di un evento internazionale per il rilancio del settore florovivaistico che creerà importanti sinergie.

La ricetta vincente? La squadra è costituita da dipendenti con un'età media molto bassa e, per contro, un'esperienza già piuttosto consolidata. In più la struttura è molto snella

CARRELLO ELEVATORE FUORISTRADA
STANDARD TECNOLOGICI EVOLUTI
UNICO NEL SUO GENERE
SIRIO 27.4

Babini Giorgio
 Via Castiglione, 3/D
 44011 Longastrino (FE) Italy
 Tel. +39.(0)532.80.63.57
 Fax +39.(0)532.80.68.91
 E-mail: info@babinisteel.com
www.babinisteel.com

al mercato internazionale

INTERVISTA AL PRESIDENTE DI CESENA FIERA RENZO PIRACCINI

A cura di Speed

SPECIALE
MACFRUT
2015

Qualcuno ha contestato un distacco dal territorio d'origine, cioè Cesena...

Premesso che se una fiera vuole definirsi internazionale, cioè aperta al mondo, non può lucrare sui 25 chilometri che separano Cesena e Rimini, rassicuro i pochi scettici che tutta l'organizzazione è rimasta in mano nostra e ci siamo serviti dei soliti fornitori. Le visite in campo e in azienda sono state organizzate, come gli altri anni, nel territorio. I visitatori, molti per abitudine, hanno confermato i pernottamenti anche in strutture di Cesena, sia alberghiere sia di altre tipologie. Ma se consideriamo che i conti del Macfrut traggono giovamento da questa nuova sede, dobbiamo esserne soddisfatti perché abbiamo le risorse per migliorare l'attuale struttura fieristica cesenate. E i lavori, come quelli della sala congressi, sono già terminati: la nuova sala ribattezzata "Dei Tre Papi" ora è il miglior spazio convegnistico della città.

Il nostro progetto per il rilancio della fiera è biennale e va di pari passo con la crescita del Macfrut.

Perché avete stretto un'alleanza con la Spagna che tutti, nel mondo ortofrutticolo, giudicano come un nemico?

Scherzando, potrei rispondere che un nemico è meglio averlo come amico, specie se... agguerrito. Ma al di là delle battute, credo che l'accordo strategico fra Cesena



Lo staff di Macfrut

Fiera e la Fiera di Madrid sarà una grande opportunità soprattutto per le nostre imprese. Abbiamo dato vita a Mac Fruit Attraction, un nuovo marchio mondiale che mette insieme i due principali paesi produttori ed esportatori nel settore ortofrutticolo, con l'obiettivo di sviluppare eventi professionali di settore in mercati strategici. La prima edizione della fiera di Mac Fruit Attraction si terrà al Cairo dal 4 al 7 maggio 2016,

come parte del Food Africa a seguito di un accordo raggiunto con IFP Group, il più grande operatore fieristico nel Vicino Oriente, e che quindi interesserà sia il Medio Oriente che il Nord Africa. Non bisogna stare al passo coi tempi: al giorno d'oggi è meglio precederli.

Per attirare l'attenzione dei media generalisti avete in mente qualcosa di speciale? Prima di tutto un'iniziativa suggestiva si svolgerà mer-

coledì 23 settembre al Grand Hotel di Rimini, cornice ideale della serata felliniana, evento dedicato agli ospiti internazionali. Il fascino di Fellini e della Dolce vita è innegabile nel mondo. Vogliamo farne il nostro biglietto da visita per le centinaia di buyer internazionali ospitati, in una esclusiva serata dedicata alle eccellenze del nostro Paese. Poi riproporremo il format Fruit & Veg Fantasy Show. Cesena Fiera ha stretto un accordo con il

Gambero Rosso che animerà questo spazio insieme a star televisive del calibro di Giorgetti ed Hiro, che realizzeranno show cooking dedicati a frutta e verdura, a cui si aggiungeranno momenti educativi organizzati dalle Scuole del Gambero Rosso per presentare contenuti e modalità di preparazioni ideali per l'ortofrutta.

Per concludere: Macfrut ha un segreto? Un segreto che è l'uovo di

Colombo: il gioco di squadra. Qua a Cesena non c'è un uomo solo al comando. La fiera ha una storia trentennale alle spalle e non c'era nulla da inventare.

Io ho solo portato il mio contributo di idee, tracciando qualche strada nuova. Ma la squadra è costituita da dipendenti con età media molto bassa e, per contro, una già consolidata esperienza. In più la struttura è molto snella. Sì, questa credo che sia la ricetta vincente. ■


CONFCOOPERATIVE
Emilia Romagna
CREARE E RICREARE LAVORO

La cooperativa quale strumento per dare vita alle tue idee

In ogni provincia Confcooperative affianca e accompagna
donne, giovani e disoccupati che possono trovare
un sicuro e qualificato punto di riferimento

www.emiliaromagna.confcooperative.it



La formazione che fa crescere

IRECOOP
 ISTITUTO REGIONALE PER
 L'EDUCAZIONE COOPERATIVA
 EMILIA-ROMAGNA



Programma Macfrut 2015

Laboratori pratici di educazione alimentare e agro-ambientale

Stand ALIMOS – FRUTTA&VERDURA: SCOPRILA, GUSTALA, SCEGLILA
PAD. D1 107-108-133-134 Rimini Expo Centre

Mercoledì 23 Settembre

Giovedì 24 settembre

Venerdì 25 settembre

L'APPENDI-ORTO

Poca teoria e tanta pratica per spiegare ai ragazzi e ai loro insegnanti cosa sono gli orti verticali, quali le tecniche per realizzarli e le specie orticole coltivabili.
Laboratorio destinato ai ragazzi di età compresa tra i 12 e 14 anni

L'ORTO CORTO

Funzionalità, originalità e valore estetico: sulla base di questi criteri i ragazzi suddivisi in gruppi dovranno realizzare un piccolo orto grazie al materiale loro consegnato.
Laboratorio destinato ai ragazzi di età compresa tra i 14 e 18 anni.



FINALITÀ DEI LABORATORI

Promuovere il consumo di frutta e verdura tra gli adolescenti
Stimolare la creatività necessaria alla coltivazione di ambienti urbani
Imparare a utilizzare materiali di riciclo e di riuso



La partecipazione ai laboratori è riservata alle scuole prenotate



CAMPAGNA FINANZIATA
CON IL CONTRIBUTO
DELL'UNIONE EUROPEA E
DELL'ITALIA



MINISTERO POLITICHE AGRICOLE
ALIMENTARI E FORESTALI



Alimos
ALIMENTA LA SALUTE

Come saranno frutta e verdura nel supermercato del futuro?

A cura di Speed

SPECIALE
MACFRUT
2015
IL MACFRUT FORUM SI SVOLGERÀ IL 22 SETTEMBRE NELLA NUOVA SALA CONVEGNI DELL'ENTE FIERA CESENATE


Il Congresso di anteprima al Macfrut, che si terrà a Cesena nella rinnovata sala dei Tre Papi (ex sala Europa), sta registrando un crescente interesse da parte degli operatori. Sono circa 200 i partecipanti già registrati, provenienti dall'estero, da Paesi sia europei che extra europei. Sarà presente anche una delegazione proveniente dal Messico. Il Macfrut Forum è un appuntamento da non perdere per gli addetti ai lavori per i temi di assoluta attualità che verranno trattati e per il valore dei relatori che faranno il punto sulla situazione del mercato ortofrutticolo.

Il Macfrut Forum si terrà a Cesena a testimonianza della vocazionalità del territorio per l'ortofrutta: qui, nei decenni passati, è nata la frutticoltura in senso moderno legata al packaging e al trasporto refrigerato. La sessione della mattina dal titolo "Frutta e verdura nel supermercato del futuro" è organizzata da Agrotec e sarà coordinata da Roberto Della Casa, docente di Marketing all'Università di Bologna e titolare di Agrotec, e Daniele Tirelli, docente all'Università Modena e Reggio Emilia e allo Iulm di Milano. Tirelli è anche presidente di Popai, un'associazione internazionale senza

fini di lucro che si propone di promuovere la cultura del punto vendita nella sua globalità. Proprio questa rete internazionale consentirà di proporre casi internazionali d'avanguardia sul reparto ortofrutta che potranno orientare il futuro di questo reparto sempre più strategico per i distributori e, di riflesso, per i loro fornitori. Le due sessioni pomeridiane del Forum, organizzate da CSO, approfondiranno il tema della mattina, pre-

sentando casi di promozioni di successo a livello nazionale e internazionale.

A presiedere questa sessione ci sarà Mike Knowles, editor di testate giornalistiche leader a livello globale come fruitnet.com e Eurofruit Magazine, la rivista inglese più importante per quanto riguarda il settore ortofrutta. La sessione finale del Forum è una novità assoluta nel panorama convegnistico di settore perché metterà in luce, attraverso testimonianze dirette delle imprese, il valore e l'importanza della filiera ortofrutta in termini di tecnologie e di packaging. A presiedere questa sessione ci sarà Greg Johnson, editor di "The Packer", la rivista Usa leader mondiale del settore packaging e tecnologie. Un parterre d'eccezione per un evento che aprirà il Macfrut 2015 fornendo importanti occasioni di conoscenza e confronto tra tutti gli operatori leader del settore. La partecipazione è riservata agli iscritti online su www.macfrut.com/forum.



La voce di autorevoli relatori per una riflessione approfondita sulle evoluzioni del settore ortofrutticolo

MACFRUT CONSUMERS'

Se è vero che Macfrut continua tutto l'anno, non poteva mancare uno strumento che tenesse monitorato l'andamento dei consumi di ortofrutta. Nell'ottica di caratterizzare e documentare le nuove tendenze di consumo di prodotti ortofrutticoli in Italia e all'estero, e in linea con la rinnovata proposta di Macfrut 3.2 è nato il Macfrut Consumers' Trend, realizzato in collaborazione con il CSO (Centro Servizi Ortofrutticoli). Macfrut Consumer's Trend presenta mensilmente informazioni e dati sui consumi di frutta e verdura con un'attenzione particolare alle **tendenze innovative**, che documenta l'atteggiamento dei consumatori nei confronti di nuovi prodotti o segmenti di offerta verso le filiere ad alto contenuto di innovazione.

«Il Macfrut Consumers' Trend non è un semplice osservatorio di analisi e studio, bensì un più ampio progetto di rilancio della filiera ortofrutticola in Italia - spiega Piraccini -. I primi report evidenziano un dato fondamentale: non c'è crescita senza innovazione. Chi ha investito in innovazione e ha fatto sistema, dimostra di affrontare meglio le sfide che il mercato globale pone quotidianamente. Macfrut 2015 ha fatto della innovazione la chiave del proprio sviluppo».



SOLARELLI

Dal produttore, il meglio.

www.solarelli.it

Simbiosys
Semi e piante per l'agricoltura biologica

Semencoop
professional

l'ortolano

IL SEME DELLA QUALITÀ

MACFRUT 2015

Fiera di Rimini
23-24-25 Settembre

Visitateci
al Padiglione B5
Stand n. 39-40-41-42

www.lortolano.com

Frizza
La tua
estate!

**GALVANINA
CENTURY**
bio organic
fruit drinks



**CON
POLPE**

GALVANINA CENTURY BIO FRÙ.IT DRINKS

Cinque nuove bibite bio a base di succo e polpa di frutta.
Frutta del Mediterraneo maturata sulla pianta e raccolta a mano, zucchero di canna
e acqua minerale Galvanina per queste bibite dal sapore unico e inconfondibile.
Una vera spremuta di frutta frizzante!



**SENZA COLORANTI O AROMI ARTIFICIALI, SENZA CONSERVANTI,
DOLCIFICATI CON ZUCCHERO DI CANNA**

LA GALVANINA S.p.A. • Via della Torretta, 2 • 47923 Rimini (RN) • Italy • Tel. 0541.751315/6 • Fax 0541.752110

www.galvanina.com

Mac Fruit Attraction, progetto che "unisce" Italia e Spagna

A cura di Speed

SPECIALE
MACFRUT
2015
SI TERRÀ IN EGITTO DA 4 AL 7 MAGGIO 2016. NASCE UN NETWORK FIERISTICO FRA I MAGGIORI AL MONDO

Un vecchio proverbio recita che se non si vogliono correre rischi è meglio stringere alleanze con i nemici, piuttosto che combattere una guerra. Da una filosofia simile è nato, alcune settimane fa, l'accordo strategico Italia-Spagna: Cesena Fiera e la Fiera di Madrid danno vita a Mac Fruit Attraction, nuovo marchio mondiale che mette insieme i due principali paesi produttori ed esportatori nel settore ortofrutticolo, con l'obiettivo di sviluppare eventi professionali di settore in mercati strategici.

La prima edizione della fiera di Mac Fruit Attraction si terrà al Cairo dal 4 al 7 maggio 2016, come parte del Food Africa a seguito di un accordo raggiunto con IFP Group, il più grande operatore fieristico nel Vicino Oriente e che quindi interesserà sia il Medio Oriente che il Nord Africa. Naturalmente si tratta di una fiera internazionale che si aggiunge alle due già esistenti, allo scopo di presidiare un bacino, nel nord Africa e Medio Oriente, in continuo svilup-



po, mentre i due eventi in Italia e in Spagna continueranno ad essere organizzati in maniera autonoma secondo le strategie di sviluppo dei due enti fieristici.

Gli organizzatori dei più importanti eventi di settore, Fruit Attraction in Spagna e Macfrut in Italia, hanno creato una nuova piattaforma che favorirà il posizionamento e la rete professionale e internazionale di aziende ortofrutticole con accesso diretto a nuovi mercati strategici. Questo permetterà loro di contattare operatori locali e di raggiungere le

aree di influenza. In questo modo Mac Fruit Attraction diventerà un marchio mondiale con un elevato potere di attrazione internazionale che potrà rispondere alle particolari esigenze di ogni singolo mercato.

«Con questo accordo nasce il più grande network globale per l'internazionalizzazione del settore ortofrutticolo - afferma Renzo Piraccini,

Presidente di Cesena Fiera - Macfrut e Fruit Attraction sono due piattaforme che viaggiano con una visione globale al servizio della filiera ortofrutticola. La creazione di questo nuovo progetto, Mac Fruit Attraction, nato dalla sinergia tra i due leader mondiali nelle tecnologie di produzione e di confezionamento ed imballaggio, porterà le aziende del

settore verso nuovi mercati emergenti: la zona del Golfo Persico, del Nord Africa, del Sud America e dell'Asia».

Raúl Calleja, il direttore di Fruit Attraction, ha sottolineato che Mac Fruit Attraction punta a crescere e ad affermarsi nel mercato globale del prodotto fresco, alleandosi con partner strategici nei principali mercati locali di settore. Una nuova rete, giovane, dinamica e flessibile che sa adattarsi alle esigenze specifiche di ciascun mercato».

Tamer Safwat, direttore Generale di IFP Egitto e organizzatore di Food Africa, ha evidenziato le opportunità per l'industria ortofrutticola internazionale, in quanto l'Egitto è una zona di influenza molto attiva e dinamica nella produzione e nell'importazione e nell'esportazione di frutta e verdura. «Food Africa è la location perfetta per lanciare Mac Fruit Attraction a maggio 2016,

soprattutto visto il successo della scorsa edizione, con la partecipazione di 8340 visitatori professionali e 241 espositori provenienti da 18 paesi. Stiamo progettando di arricchire l'offerta globale della nostra fiera attraverso il settore del prodotto fresco». L'apertura all'Egitto, tramite un partner come la fiera di Madrid, amplia le prospettive di mercato delle imprese italiane, specialmente quelle legate all'innovazione tecnologica. I paesi del bacino del Mediterraneo, e ancor più quelli del vicino oriente, hanno buone prospettive di crescita senza dimenticare che alcune fasce della popolazione hanno una redditività sufficiente ad acquistare frutta e verdura dall'Italia. ■



Mac Fruit Attraction punta a crescere ed affermarsi nel mercato globale del prodotto fresco, alleandosi con partner strategici nei principali mercati locali di settore

Entra in contatto con il futuro



Agrimaster®

www.agrimaster.it

CI SONO LE ECCELLENZE...



... E LE MIGLIORI TECNOLOGIE PER OTTENERLE



All'origine della filiera da cui nascono le migliori produzioni eno-gastronomiche italiane si muovono la tecnologia e le macchine NOBILI. Sono attrezzature ed applicazioni di straordinario livello che consentono al MADE IN ITALY di offrire qualità, tradizione e bontà sulle tavole di tutto il mondo.



Gli operatori possono puntare ai mercati dell'Europa dell'Est

A cura di Speed

SPECIALE
MACFRUT
2015
A MACFRUT ANCHE LE DELEGAZIONI DELLA POLONIA. FRA LE AZIENDE MONDIALI DA SEGNALARE LA "ZESPRI"

Nei mesi scorsi Macfrut ha visitato in lungo e in largo i paesi dell'est. Forti dell'accordo con Unicredit, in grado di aprire tutte le porte e di convocare le aziende migliori e alla ricerca del nuovo, i dirigenti della fiera cesenate hanno incontrato centinaia di operatori riuscendo a convincere tanti di loro a partecipare alla fiera. Durante la visita in Polonia non sono mancate sorprese. Anche se il mercato polacco è impegnativo, specie per l'ortofrutta, una delegazione cesenate, organizzata da Macfrut, ha toc-

cato con mano le sue potenzialità. Nel mese di marzo a Varsavia e in diversi punti vendita delle zone limitrofe, sono stati trovati prodotti provenienti dalla Romagna. Tornando da Varsavia la delegazione di Macfrut ha fatto queste riflessioni. Si tratta di un mercato con prezzi bassi per la maggior parte della popolazione che percepisce non più di 300-400 euro al mese. Il costo medio della vita è basso, frutta e verdura costano poco. Però, come in tutte le società, ci sono fasce di popolazione che possono permettersi l'alta qualità e l'articolo di nicchia. Ed è qui che gli operatori italiani de-

vono incunearsi. Lasciando da parte le mele (la Polonia produce quasi i 2/3 di tutte le mele d'Europa) tutti gli altri articoli possono trovare sbocchi. Ma occorre differenziarsi: non si può fare concorrenza alla Spagna che ha costi di produzione bassi. Ad esempio, in un supermercato polacco la delegazione ha trovato arance rosse di Sicilia a 4 zloty, vale a dire un euro il chilo. Se si considera trasporto e ricarico della distribuzione, più la lavorazione e il confezionamento, quanto sono state liquidate agli agricoltori siciliani? Le missioni estere di Macfrut, oltre a portare



nuovi espositori e operatori esteri alla fiera, hanno anche lo scopo di toccare con mano le realtà di mercato e trovare idee per ampliare l'export. Ma non c'è solo l'Europa

dell'est. Fra le aziende più grandi al mondo che nel 2015 hanno scelto Macfrut, va annoverata Zespri. Il colosso neozelandese leader mondiale nel kiwi, avrà uno stand all'interno dei padiglioni fieristici di Rimini e realizzerà anche una convention con gli oltre 500 produttori che coltivano nel no-

stro paese 1500 ettari di kiwi a polpa gialla, presentando i propri progetti e le proprie strategie. Saranno organizzate navette di collegamento a Macfrut, dalle principali zone di produzione – in particolare dal Lazio –, per dare la possibilità ai produttori di poter partecipare all'evento e visitare la fiera. ■



➤ **La fiera può offrire il terreno ideale per far nascere idee e proposte utili nell'ottica di poter ampliare l'export**

VOCATI ALL'ESTERO

Sarà un Macfrut davvero internazionale, grazie al lavoro portato avanti dall'Ufficio estero di Cesena Fiera durante le decine di meeting e visite in tutto il mondo organizzati durante tutto l'anno.

I numeri parlano di 400 nuovi buyer da tutto il mondo con focus sull'Est Europa e i Paesi del Mediterraneo. UniCredit, forte di una capillare presenza in buona parte dei paesi del Centro Est Europa, ha messo in essere una collaborazione strategica che si è concretizzata in azioni comuni, come i

road show di presentazione della fiera in Polonia, Repubblica Ceca, Ungheria, Romania, Bulgaria, Turchia. L'obiettivo è portare 200 nuovi operatori da questi Paesi.

Nello stesso tempo Cesena Fiera proseguirà nella capillare presentazione verso i Paesi dell'Africa Sub Sahariana con i quali sono stati stretti importanti rapporti grazie alla collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri, e nel Sud America. Confermata la presenza della delegazione iraniana. Il mercato iraniano assorbe circa 20 milioni di euro in importazioni di ortofrutta italiana. Secondo Nomisma, nei prossimi tre anni le quantità potrebbero raddoppiare.

cooperativa
terremerse convegni

Melograno

23 settembre 2015
ore 15.30

"Creiamo valore avviando una nuova filiera"

24 settembre 2015
ore 10.30

"Nutrizione, difesa, irrigazione: decidere con il supporto di Agronomica 3.0"

AGRONOMICA 3.0

convegni aperti al pubblico presso Sala Diotallevi 1

MACFRUT | Rimini Expo Centre 23-25 settembre 2015

Terremerse pad.D1-stand 115/126 | Pempacor pad.D1-stand 75/76/85/86

MARTIGNANI

IERI (1958) pioniere
OGGI protagonista internazionale
per l'uso sostenibile dei Fitofarmaci

NEW

ELECTROSTATIC
AGRO SPRAY SYSTEM ...dal 1981

PRIMO e UNICO SISTEMA di RECUPERO del PRODOTTO SENZA ALCUN RICICLO
DI ANTIPARASSITARIO CON EFFETTO NON SOLO ANTI-DERIVA ma ANCHE
ANTI-RESIDUI CHIMICI su FRUTTA, UVA, VINO, ecc.

MARTIGNANI s.r.l. Via Fermi, 43 - Zona Industriale Lugo 1, 48020, S.Agata Sul Santerno (RA) Italy
 Tel +39 0545 23077 - Fax +39 0545 30664 - e-mail: martignani@martignani.com - <http://www.martignani.com>

CREDITPARTNER DA OLTRE 20 ANNI CON **coface** SPECIALISTA DELL'ASSICURAZIONE DEI CREDITI NELL'ORTOFRUTTA E DELLA FILIERA

IN EMILIA ROMAGNA OPERA LA PIU' GRANDE AGENZIA EUROPEA DELLA **coface**
SPECIALISTA DELL'ASSICURAZIONE DEI CREDITI IN ITALIA E ALL'ESTERO E
NEL RILASCIO DI GARANZIE FIDEJUSSORIE A BENEFICIARI PUBBLICI E PRIVATI.



I VOSTRI RISCHI COMMERCIALI, SOTTO CONTROLLO

ASSICURAZIONE DEI CREDITI, CAUZIONI E C.A.R. • INFORMAZIONI E RATING • RECUPERO CREDITI
LA GESTIONE DEI CREDITI È UN ELEMENTO CHIAVE PER GARANTIRE VALORE ALL'IMPRESA. LA MISSIONE DI COFACE È DI AGEVOLARE LE ATTIVITÀ COMMERCIALI DELLE IMPRESE A LIVELLO GLOBALE ATTRAVERSO UNA GAMMA COMPLETA DI PRODOTTI E SERVIZI VERSATILI ED EFFICIENTI: INFORMAZIONI SULLA SOLVIBILITÀ DEI PARTNER COMMERCIALI, RATING AZIENDALI, ASSICURAZIONE E GESTIONE DEI CREDITI, FACTORING. L'OFFERTA DI COFACE È PROGETTATA PER CONSENTIRE ALLE AZIENDE DI GESTIRE E PROTEGGERE CON CURA I PROPRI CREDITI E DI LAVORARE IN TUTTA SICUREZZA, IN ITALIA E ALL'ESTERO.

WITH COFACE, TURN EVERY CLIENT INTO A GOOD CLIENT

SIAMO PRESENTI AL

**MACFRUT
2015**

**INGRESSO
HALL - 2**

Giovedì 24 ore 14,30

Sala Diotallevi 2

Convegno organizzato da **Coface**;
L'assicurazione dei crediti per lo
sviluppo del fatturato nell'Agrofood

AGENZIA GENERALE DELL'EMILIA ROMAGNA CREDITPARTNER S.R.L.

MARIO BOCCACCINI, LUCA BOCCACCINI, MARCO FERRARI

GIUSEPPE DELVECCHIO, MANUELA CASTAGNETTI, GIOVANNI FERRARI, FRANCESCO ORIOLI

SEDE PRINCIPALE LEGALE ED AMMINISTRATIVA:

RAVENNA - VIA MEUCCI 1 - 48124 TEL. 0544 408911 FAX 0544 408907

SEDE DI BOLOGNA - VIA MASSARENTI 14/B - 40138 - TEL. 051 4299001 - FAX 051 4292985

SEDE DI MODENA - VIA VELLANI MARCHI, 80 - 41126 - TEL. 059 359364 - FAX 059 346321

SEDE DI PARMA - PIAZZA C.A. DALLA CHIESA 3 - 43100 - TEL. 0521 798276 - FAX 0521 707724

SEDE DI REGGIO EMILIA - VIA ROMA 22 - 42121 - TEL. 0522 580737 - FAX 0522 580736

Import-export: in primo piano l'andamento storico del settore

A cura di Speed

SPECIALE
MACFRUT
2015
TRA EVOLUZIONI, TREND DI CRESCITA E NUOVI SBOCCHI DI MERCATO RELATIVI ALLE PRODUZIONI NOSTRANE

Pesche e nettarine in affanno, bene le albicocche. Durante il prossimo Macfrut (area fieristica di Rimini, 23-25 settembre) di riflesso si parlerà dell'andamento di mercato di pesche, nettarine e albicocche: non potrebbe essere diversamente data la presenza in fiera delle maggiori cooperative ortofrutticole italiane e delle più importanti Op, anche private, di settore. L'Italia è sempre stata la regina dell'ortofrutta in Europa e nel mondo. Non a caso Macfrut è nato oltre 31 anni fa in una delle zone a maggior vocazione frutticola d'Europa. Ma negli ultimi anni c'è chi ha fatto meglio in particolare nel comparto pesche e nettarine e si tratta della Spagna.

Negli anni Macfrut è stato di stimolo per cercare una soluzione al problema del calo dei consumi e, di conseguenza, dei prezzi di pesche e nettarine. Una fiera, di per sé, non trova la ricetta, ma mette i vari attori della filiera in condizione di poter lavorare per un miglioramento del settore. Da parte sua, Macfrut da molti anni sta spingendo sull'internazionalizzazione, vale a

dire sull'allacciare rapporti commerciali con le nazioni estere che possano diventare partner sia sul fronte della tecnologia, sia su quello della frutta fresca.

Dai dati Istat si evince che in Europa, i maggiori esportatori negli ultimi anni di pesche e nettarine sono stati Spagna (660.000 tonnellate), Italia (350.000 tonnellate) e Grecia (103.000 tonnellate). Leggendo i trend di crescita, la Spagna ha cominciato a staccare nettamente l'Italia nei primi anni 2000.



Per quanto riguarda le albicocche, i primi player a livello europeo sono in primis la Francia con 48.000 tonnellate, seguita da Spagna 31.000 e Italia con circa 25.000 tonnellate mosse. Il sorpasso della Francia a sfavore della Spagna è avvenuto essenzialmente nei primi anni del nuovo millennio. Le importazioni europee di pesche e nettarine vedono Germania (270.000 tons) e federazione russa (250.000 tons), come i più importanti poli di attrazione. Un analogo discorso per le albicocche: federazione russa (62.000 tons), Germania (44.000 tons) e Italia (20.000 tons). Poi l'embargo russo ha sconvolto gli equilibri e pesche e nettarine ne hanno subito maggiormente le conseguenze.

I flussi commerciali italiani di pesche e nettarine, sempre stando ai dati Istat, risultano positivi a livello assoluto con una bilancia commerciale che supera le +200.000 tonnellate, ma negativi dal punto di vista dei trend. Dagli anni Novanta, dove i flussi esportatori subivano forti oscillazioni annuali, l'export italiano ha subito, dopo l'anno 2000, un calo continuo dei volumi contestuale ad un aumento



Da molti anni Macfrut sta allacciando legami commerciali con nazioni estere per partnership tecnologiche e non solo

dei quantitativi importati. La bilancia commerciale dell'albicocca, sempre negativa nei primi 10 anni degli anni 2000, presenta valori alternativamente positivi negli ultimi quattro anni grazie all'aumento delle quantità esportate che nel 2012

hanno superato le 30.000 tonnellate. Buono anche il trend del prezzo medio che nell'ultimo anno si è posizionato a 1,78 €/kg.

In Italia si sta assistendo al fenomeno di "meridionalizzazione" delle produzioni.

All'inizio del millennio la quota di produzione del sud Italia e isole per nettarine e albicocche erano rispettivamente del 22% e del 52%. Confrontando questi dati con quelli del biennio 2012-2013 si nota che le suddette quote si sono aggiornate al 43% per le nettarine al 68%

per le albicocche. Il fenomeno di meridionalizzazione delle produzioni ha quindi fatto aumentare le produzioni del Sud di 21 punti percentuali per le nettarine e di 15 punti per le albicocche. Nonostante ciò, le superfici italiane di pesche e nettarine, secondo i dati Istat, stanno affrontando un declino sistematico accentuato negli ultimi anni da un mercato sfavorevole e dalla difficoltà strutturale del settore arrivando così al 2013 rispettivamente con 47.387 e con 19.058 ettari investiti. ■

Qualità Premium 100% italiana
Frutta Fresca Valfrutta



Valfrutta
 COOPERATIVE AGRICOLA

La Natura di Prima Mano.

MACFRUT 2015
 23-24-25 Settembre 2015 Rimini Expo Centre - ITALY

Pad. D3 - Stand 001-004

VALFRUTTA FRESCO SPA
 Via G. Galilei, 5
 48018 Faenza (RA)
 Tel. +39 0546 648601
 Fax +39 0546 623156
 info@valfruttafresco.it
 www.valfruttafresco.it



QdC® - Quaderno di Campagna

il software per l'agricoltura sostenibile

ti aspetta con un **OMAGGIO**
 al **PAD B4 - STAND 016 - 017 - 018**



MACFRUT 2015
 Rimini
 23-25 Settembre

Inoltre potrai partecipare a:

TALK SHOW:

"Fragola, oggi e domani:
 dall'innovazione varietale al consumo"
 - ebook gratis per i partecipanti -

Mercoledì 23 settembre 2015
 Sala Dialelli 2 - ore 15:00

WORKSHOP:

"Rintracciabilità e sostenibilità:
 con QdC® - Quaderno di Campagna,
 la carta d'identità del prodotto ortofrutticolo"

Giovedì 24 settembre 2015
 Area meeting B1 - ore 11:30

SCOPRI di più ora su

www.QuadernoDiCampagna.it/macfrut15cb

IMAGE LINE
 INTERNET - COMUNICAZIONE - AGRICOLTURA

www.imageline.it - info@imageline.it - Tel. +39 0546 680688
 © Marchi registrati: Image Line Srl dal 1990.



IL PIACERE DI GIOCARE CON STILE

Seguici su



GIOCHI DEL TITANO

REPUBBLICA DI SAN MARINO

IL GIOCO È RISERVATO AI MAGGIORENNI *IL GIOCO PUÒ CAUSARE DIPENDENZA* *VERIFICA LE PROBABILITÀ DI VINCITA' SUL SITO WWW.GIOCHIDELTITANO.SM*

A cura di Speed

SPECIALE
MACFRUT
2015

Non solo lavoro: protagoniste anche cultura e gastronomia

SI POSSONO PRENOTARE VISITE IN AZIENDA O TURISTICHE. E POI UNA SERATA DALL'ATMOSFERA FELLINIANA

Nei giorni del Macfrut verranno organizzate in collaborazione con il Crpv (Centro ricerche produzioni vegetali), sei visite specializzate alle aziende della filiera ortofrutticola del territorio, indirizzate ad operatori specializzati e buyer di Paesi esteri, con lo scopo di ampliare il confronto con le eccellenze, al di là delle possibilità offerte dalla Fiera per presentare nel migliore dei modi le più significative realtà produttive ed organizzative. La partecipazione delle delegazioni permetterà di fare emergere in modo strutturato i migliori contenuti del territorio in tema di ortofrutta: vocazione ambientale, organizzazione di filiera, virtuosità dei processi produttivi, ecc. da sempre elementi di eccellenza delle produzioni emiliano romagnole. In particolare in ciascuna realtà che si andrà a visitare, grazie al coinvolgimento diretto di esperti (tecnici e ricercatori) che accompagneranno e si confronteranno con i visitatori. Quattro i comparti che i visitatori potranno "toccare con mano" prendendo parte alle visite specialistiche



Un viaggio tra cultura ed enogastronomia: l'Emilia Romagna si presenta agli ospiti di Macfrut 2015 come terra del "buon vivere"

in programma nei giorni di Macfrut: produzione in campo; magazzini di lavorazione; mercati ortofrutticoli; supermercati.

Ciliegio e Albicocco
Mercoledì 23 settembre dalle 9.30 alle 12
Lavorazione e stoccaggio ortofrutta estiva
Mercoledì 23 settembre dalle 9.30 alle 12
Centro Agroalimentare di Cesena
Giovedì 24 Settembre dalle 7 alle 9.30
Vendita al dettaglio
Giovedì 24 settembre dalle 9.30 alle 12
Centro Agr. re di Rimini
Venerdì 25 settembre dalle 7 alle 9.30
Orticole da Mercato
Venerdì 25 settembre dalle 9.30 alle 12

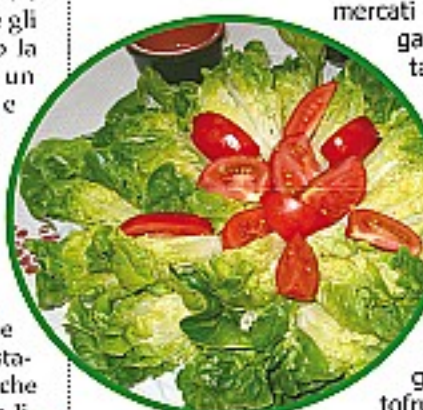
Un'iniziativa suggestiva si svolgerà mercoledì 23 settembre al Grand Hotel di Rimini, cornice ideale della serata felliniana, evento dedicato agli ospiti internazionali. «Il fascino di Fellini e della Dolce vita è innegabile nel mondo – dichiara Renzo Piraccini – Vogliamo farne il nostro biglietto da visita per le centinaia di buyer internazionali ospitati, in un'esclusiva serata dedicata alle eccellenze del nostro Paese».

Non solo lavoro. La buona tavola, la vivacità culturale e le mille occasioni di divertimento offerte dalla Riviera fanno della Romagna una terra in cui convivono cultura, accoglienza e buon vivere. Durante la tre giorni di fiera gli ospiti e gli accompagnatori avranno la possibilità di prenotare un tour tra enogastronomia e cultura di Cesena e della Romagna. Un modo intelligente per coinvolgere anche gli accompagnatori e, perché no, pensare di fermarsi per qualche giorno in più in una terra ricca di storia e proposte, durante una stagione, fine settembre, che coniuga clima mite e una limitata affluenza turistica. ■

SPAZIO ALLO SHOW COOKING

Il format Fruit & Veg Fantasy Show rilancia e cambia target. Dopo il successo d'esordio a Rimini Wellness nell'inedito spazio Macfrut rivolto al consumer, nel corso della kermesse dell'ortofrutta sarà proposto in versione trade, nella grande hall d'ingresso di Rimini Fiera. Cesena Fiera ha stretto un accordo con Il Gambero Rosso che animerà questo spazio insieme a star televisive del calibro di Giorgione ed Hiro che realizzeranno show cooking dedicati a frutta e verdura a cui si aggiungeranno momenti educativi organizzati dalle Scuole del Gambero Rosso per presentare contenuti e modalità di preparazioni ideali per l'ortofrutta. Il "Macfrut Fruit and Veg Fantasy Show" sarà una grande vetrina mediatica ed uno straordinario spazio promozionale per 10 aziende di marca che vorranno aderire all'iniziativa.

Innovazioni di prodotto, novità in anteprima per i mercati italiani ed esteri, intere gamme di offerta raccolte e presentate direttamente ai buyer e ai giornalisti provenienti da tutto il mondo che potranno confrontarsi con le aziende, entrare in contatto diretto con i prodotti ma anche con i nuovi packaging proposti e con le nuove aggregazioni del panorama ortofrutticolo italiano.



Aweta: La visione del futuro

I sensori di qualità interna ed esterna ora sono una realtà



Aweta oggi è un gruppo con 270 dipendenti e tre stabilimenti (Olanda, Italia ed America) che produce oltre 200 linee di selezione all'anno, con un fatturato da anni stabilmente superiore ai 50 milioni di Euro. "La mission del gruppo – dice il Direttore generale Jean-Luc Delcassé – è quella di dedicarsi a ricerca e sviluppo di tecnologie avanguardistiche per la selezione della frutta, smistamento, confezioni, robotica e tracciabilità".

"Tornando ai sensori – aggiunge Jean-Luc Delcassé – il sistema Power-Vision 3D-HS è un'evoluzione del noto PV3D che ha già in passato raggiunto ottimi risultati". HS – che sta per Hyper-Spectral – nasce dalla tecnologia multi spettrale ovvero telecamere ad alta definizione che rilevano le imperfezioni della buccia analizzando le diverse lunghezze d'onda dello specchio elettromagnetico. Questo significa che ogni singolo difetto della buccia è visibile e classificabile. E l'assegnazione del MACFRUT INNOVATION AWARD al sistema di selezione della qualità esterna POWER-VISION HYPER SPECTRAL conferma l'alto contenuto innovativo del prodotto Aweta.



Aweta Holland
Nootdorp (NL)



Aweta Sistemi Spa
Pievevestina di Cesena (ITA)



Aweta Americas
Fresno (USA)

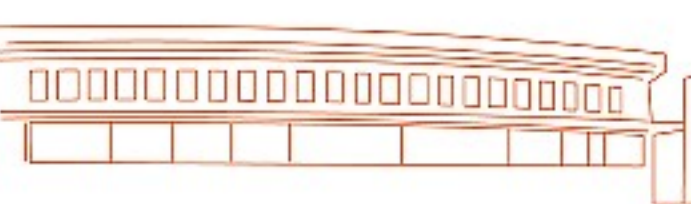


Aweta propone un'ampia gamma di calibratrici per mele, pere, frutta a nocciolo, kiwi, agrumi, pomodori, peperoni, avocado e mango. Per tutti questi frutti si utilizzano sensori per la selezione dei difetti esterni ed interni. "Questi sono gli elementi – afferma il Direttore Delcassé – che hanno messo in evidenza il gruppo Aweta agli occhi dei clienti di tutto il mondo" e ricorda, inoltre, che presso lo stand Macfrut D3 - 75-80/81-86 verranno esposte due calibratrici: "una Aweta Rollerstar con il sistema di visione esterna POWER VISION HYPER SPECTRAL e sistema di visione interna INSCAN ed una calibratrice Aweta Pentacup per frutti di piccole dimensioni, come albicocche o kiwi, per soddisfare anche le esigenze dei clienti più piccoli".

Il sistema Internal Quality Sensor (INSCAN), invece, è un sensore che rileva in modo non distruttivo le caratteristiche interne del frutto come il grado di maturazione, il grado zuccherino e la croccantezza riuscendo, quindi, a rilevare e misurare tutte le caratteristiche fisiologiche del frutto dalle quali dipende in gran parte il giudizio del consumatore. "Questa edizione maggiorata e così "tirata a lucido" della fiera Macfrut – conclude Jean-Luc Delcassé – rappresenta per Aweta un momento importante nella definizione delle strategie del gruppo per i prossimi anni. Ci presentiamo agli operatori con la nostra visione per il futuro!".



MACFRUT Stand C3/75-86
AWETA SISTEMI - CESENA - 0547 316900
AWETA.COM

SVA DAL 1953 **GROUP**   www.sva-group.it 

VENITE A SCOPRIRLI!!

PICCOLO STOCK DI VEICOLI COMMERCIALI A PREZZI IRRIPETIBILI

CON POSSIBILITA' DI PAGAMENTI PERSONALIZZATI

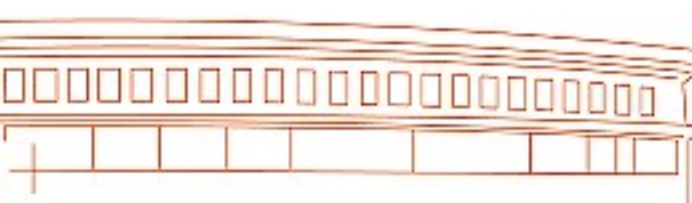
PREZZO SPECIALE

Fiat Fiorino
8.900*
modello: 1.3 Mjt

Ducato **Doblo** **Fiorino**

*Esclusi: opt., ms, ipt, iva - Con permuta/retenzione

RAVENNA - Via Trieste, 227 - Tel. 0544 289311 • **LUGO** - Via Nuova Fiumazzo, 1 - Tel. 0545 35999 • **CERVIA** - Via Palazzone, 29 - Tel. 0544 973665

SVA DAL 1953 **GROUP**     www.fiat.it www.sva-group.it

OCCASIONI KM 0

PUNTO METANO
a partire da 12.100*

PANDA
a partire da 8.900*

QUBO
a partire da 12.900*

*PASSAGGIO E BOLLO ESCLUSI - FINO ESAURIMENTO SCORTE

RAVENNA - Via Trieste, 227 - Tel. 0544 289311 • **LUGO** - Via Nuova Fiumazzo, 1 - Tel. 0545 35999 • **CERVIA** - Via Palazzone, 29 - Tel. 0544 973665

L'agricoltura non resta ferma Sono tante le novità in vetrina

A cura di Speed

SPECIALE
MACFRUT
2015
L'INFORMATORE AGRARIO PREMIA LE IMPRESE CHE PORTERANNO IN FIERA LE SOLUZIONI PIÙ INNOVATIVE

Un kiwi a polpa rossa, un lampone che si conserva fino a 11 giorni dalla raccolta, rispetto ai classici 6, un trattore radiocomandato che sposta in campo le casse di frutta, l'ozono per disinfettare le serre in modo naturale, casse di frutta riutilizzabili in plastica che richiamano nel design la sostanza più naturale, il legno. Sono alcune delle innovazioni che hanno meritato il Macfrut Innovation Award, il primo concorso nazionale per valorizzare l'innovazione nella produzione e nelle tecnologie della filiera ortofrutticola, organizzato da Macfrut in partnership con L'Informatore Agrario. 23 le innovazioni che saran-

no premiate con 7 medaglie d'oro, 10 d'argento e 6 in bronzo, venerdì 25 settembre alle 11 nell'area Macfrut Innovation hall alla presenza di Renzo Piraccini, presidente di Cesena Fiere, e Antonio Boschetti, direttore de L'Informatore Agrario.

Ampia la panoramica di novità riconosciute dal Premio, che saranno in esposizione dal 23 al 25 settembre a Rimini Fiere, e che in fase di selezione sono state suddivise per categorie merceologiche (Sementi e cultivar per prodotti ortofrutticoli freschi e trasformati; Agrofarmaci e fertilizzanti; Macchine e attrezzature per la coltivazione dei prodotti ortofrutticoli; Strutture ed attrezzature per le colture



Le numerose aziende in lizza confermano la dinamicità del comparto in Italia

protezione; Macchine e tecnologie per la selezione e per il confezionamento; Packaging e materiali d'imballaggio; Logistica e servizi).

«La valutazione da parte di una Commissione costituita da cinque esperti del settore è stata effettuata in base al valore dell'innovazione ri-

spetto a: miglioramenti nella funzionalità e utilizzazione, contenimento dei costi di produzione; riduzione dell'impatto ambientale; in-

cremento della qualità dei prodotti» spiega Antonio Boschetti, direttore de L'Informatore Agrario. «Numerose le aziende in lizza per questa prima edizione.

Una nuova dimostrazione della grande dinamicità del comparto in Italia, che oggi affila le armi della tecnologia per competere con successo sui mercati internazionali». Tra le 23 premiate, ben 21 sono aziende italiane, con una spiccata rappresentanza dell'Emilia-Romagna.

In tema di nuove varietà la qualità si sposa con colorazioni gradevoli o inedite e con gustose consistenze, sempre maggiore attenzione viene riservata alla conservabilità dopo la raccolta, per una maggiore durata della frutta e della verdura che arrivano sulla nostra tavola. Dal punto di vista della gestione in campo delle coltivazioni si fanno strada prodotti sempre più innovativi ad alto valore tecnologico. I macchinari sono sempre più radiocomandati e multifunzione, presentano autonomia di funzionamento continuo per agevolare al massimo ogni operazione e sono attenti alle riduzioni di emissioni di CO₂ per tutelare l'ambiente. ■

FLORA TRADE, FIORI E FRUTTA A RIMINI

In contemporanea a Macfrut si svolgerà, sempre negli spazi fieristici di Rimini, Flora Trade, la fiera internazionale organizzata da Rimini Fiere, in collaborazione con Florasi e Florconsorzi per la promozione del settore florovivaistico e del paesaggio. Il format di Flora Trade sarà particolarmente innovativo per la completezza merceologica, il grande numero di attività formative dedicate a tutte le figure professionali, per l'ampio respiro internazionale: sono previsti

investimenti per coinvolgere centinaia di buyer del comparto florovivaistico da tutti i continenti, con focus su Germania, Slovenia, Romania, Turchia. La contemporaneità di Flora Trade e Macfrut permetterà importanti sinergie nelle relazioni internazionali e nel coinvolgimento delle istituzioni moltiplicando le opportunità di business per tutti gli operatori. «Alla luce di questo nuovo contesto – commenta il presidente di Rimini Fiere Lorenzo Cagnoni – ci è sembrato opportuno ripensare al calendario per assicurare un palcoscenico unico nel mondo fieristico.

La proposta è stata accolta molto positivamente dal mercato: in questo modo possiamo ambire ad accogliere tutta la filiera in un unico innovativo marketplace».

Sweet passion

Da Jingold, leader italiano nella produzione di kiwi a polpa gialla, una selezione di kiwi di qualità superiore, controllati dalla coltivazione alla vendita e scelti con cura dai nostri agricoltori.

JINGOLD, DOLCE DI NATURA.



Vi aspettiamo a Macfrut 2015
Rimini, 23-25 Settembre
PAD 03 - Stand 39-42



jingold.it

Jingold
kiwifruit passion



Scegli anche tu

la cassa in plastica
per ortofrutta CO.N.I.P.



IMPILABILE
RICICLABILE
RIUTILIZZABILE

Siamo presenti a
MACFRUT
Rimini, 23/25 Settembre 2015
Padiglione D3, Stand 67

C.so Garibaldi, 70 - 06024 Gubbio (PG) - Tel. 075 9276702 - Fax 075 9274175
e-mail: info@conip.it - www.conip.it

INNOVATORI

Il pool **under 30** che elimina gli sprechi di energia

Gli ingegneri di Energy Way elaborano calcoli matematici per l'efficientamento aziendale

Quando li si vede al lavoro tutti assieme più che un'azienda viene in mente una scolaresca. Il loro metodo di lavoro in effetti ricorda molto le idee che nascono e si perfezionano negli ambienti scolastici, anzi accademico a voler essere precisi. È infatti con un pool di pensatori che Energy Way da Modena attira investitori, vince bandi e sta conquistando i grandi nomi dell'economia regionale: Nomisma Energia, Unipol e Bper Banca, solo per elencare quelli che si possono citare, perché gli altri grandi brand dell'automotive e della meccanica preferiscono mantenere il riserbo.

Ma cosa fa nel concreto Energy Way? Combatte gli sprechi in azienda con modelli e calcoli matematici grazie a un pool giovanissimo di ingegneri e matematici: l'età media infatti è di soli 27 anni. «In realtà è tutto molto sem-

»
I ragazzi si sono passati la parola tra le aule dell'ateneo modenese e così sono arrivati a lavorare nell'impresa uno dopo l'altro

plice — spiega il responsabile marketing Stefano Grillenzoni, 42 anni — analizziamo lo stato energetico di un'impresa e la sua canalizzazione dei flussi, diagnosticliamo i malfunzionamenti e gli sprechi. Presentiamo poi un resoconto e facciamo proposte ad esempio presentandoci come energy manager esterni oppure illustriamo il modo più semplice per consumare meno senza far comprare nuove macchine. Insomma nessun intervento invasivo».

Energy Way nasce nel 2013 su idea di Fabio Ferrari, 36 anni, assegnista di ricerca post-dottorato dell'Università di Modena e Reggio Emilia, e si configura da subito come una Energy Service Company (ESCO). A dicembre 2014 viene riconosciuta come startup innovativa, un mese dopo si certifica secondo la Uni Cei 11352 e a marzo 2015 vince il Bando «Start up innovative 2014», nullaosta per parteci-



Squadra Il team modenese di Energy Way. In primo piano appoggiato al tavolo Stefano Grillenzoni, dietro di lui Fabio Ferrari

pare a progetti dell'Unione europea

Ferrari voleva avventurarsi con idee decisamente innovative nell'ambito dell'efficientamento energetico e così ha cominciato a circondarsi di giovanissimi ingegneri e matematici. Partito da solo, al ritmo di un nuovo dipendente al mese, ha generato questo supergruppo: «Fabio affidava studi complessi ai nuovi arrivi, ma lasciandogli la libertà di usare il loro estro, una sorta di metodo anglosassone. Con il passaparola tra le aule dell'università sono arrivati uno dopo l'altro», racconta

Grillenzoni.

Una delle menti più promettenti del pool modenese è Giovanni Anceschi, 26 anni, che illustra uno dei metodi con cui Energy Way opera: «L'idea si basa sull'elaborazione di un algoritmo di previsione dei consumi, ad esempio quelli di una centrale compressori o di un gruppo frigo e sulla base dei dati registrati calibra un'equazione che prevede l'impiego di energia futuro». «Questo servizio — aggiunge — serve per migliorare i budget aziendali e renderli più precisi oppure ancora per destagionalizzare i con-

sumi, l'equazione dà peso a variabili come umidità e temperatura ambiente». In questo momento i cervelloni di Energy Way stanno brevettando un servizio innovativo per l'analisi del sistema energetico ad «aria compressa».

Che il risparmio energetico sia il futuro è ormai un fatto assodato, lo sanno anche Oltreroceano: Anceschi infatti per le sue ricerche in seno a Energy Way, è stato selezionato per partecipare al programma «Technology Venture Launch Program» (Tvlp).

Andrea Rinaldi
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sul web

Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese, condividerli e lasciare commenti su www.corrieredibologna.it

Prossima apertura in Via Volturmo 19 - Cavezzo (Modena)

Show Room Ceramiche Oltre L'Arredo



Ceramica Finto Legno prezzi da partire da € 15,00 al mq



Piatti doccia in resina a partire da € 350 cad. uno



Mosaico per bagni in Alluminio e Ceramica a partire da € 20 al mq

Detrazione del 50%

Vuoi rinnovare la tua casa con Ceramica di Pregio di Ottima

Fattura e Mosaici Artigianali, Piatti doccia in Resina Box

Doccia in Cristallo. Abbiamo in esposizione tutto quello che ti serve per la tua casa

Vieni a Trovarci presso il nostro ShowRoom a Cavezzo (MO)

Tel 331-6014362 Cristian

INNOVATORI

Nuove **trasparenze** romagnole

Il vetro lavorato della Casali di Cesenatico entra nei grandi hotel di lusso e vince premi internazionali

Il tavolo da cucina, la scrivania dell'ufficio, le vetrate, il box della doccia, e perfino un camino tutti completamente in vetro e decorati da disegni realizzati con una tecnica unica al mondo. Le immagini e le laccature vengono fatte direttamente sulla superficie del vetro senza prima doverle stampare, creando così un effetto tridimensionale.

A trasformare quest'antico materiale in qualcosa d'originale sono gli artigiani dell'azienda Casali di Cesenatico che produce mobili e decorazioni utilizzando appunto il vetro e il cristallo. Dal cuore della Romagna questi manufatti vanno ad arredare case, uffici e alberghi di lusso di mezzo mondo. Infatti, grazie alla bellezza dei modelli disegnati dal designer e architetto d'interni americano Mac Stopa e dal fondatore dell'azienda Maurizio Casali, il marchio è passato in poco tempo dal mercato italiano alla conquista di quello internazionale. Raggiungendo Paesi come l'Inghilterra, la Francia, la Germania e gli Emirati Arabi e con l'apertura di quattro propri showroom a Chicago, Vancouver, Pechino e Cesenatico. Una notorietà che in termini di profitto vale circa 3 milioni di euro di ricavi all'anno e che oggi fa sorridere il



Artista
Nelle foto sopra alcuni passaggi prima della lavorazione e poi della decorazione del vetro alla Casali

titolare: Maurizio Casali aveva visto giusto quando 35 anni fa decise di scommettere sulla sua passione per il vetro. Che si porta dietro da lontano, sin da quando ancora adolescente disegnava immagini sul velo di vapore che si formava sul vetro delle finestre della sua camera.

«Ero intento a creare trasparenze sulle trasparenze», racconta. I suoi primi veri lavori consistevano in sculture e piccoli oggetti per la casa che realizzava nel suo laboratorio. Dopo poco però decise di cambiare e iniziò a pensare a un modo diverso di utilizzo del vetro: non più come materiale per semplici suppellettili ma riar-

dattandolo alle esigenze della vita quotidiana. Nacquero così i primi progetti per la creazione di mobili, porte e vetrate. Nel 2005 arriva la svolta definitiva e la Casali avvia la produzione in serie. «Abbiamo iniziato ad avere sempre più richieste e così abbiamo deciso di aumentare la produzione — spiega Luca Casali, figlio dell'imprenditore — l'80% dei nostri committenti sono proprietari di case o di alberghi che ci chiedono di arredare gli interni in maniera particolare in modo da renderli unici. Una volta ci è stato chiesto di realizzare per una villa un camino in



vetro con delle decorazioni al suo interno».

La Casali conta 25 dipendenti e oltre al suo creatore a occuparsi dell'azienda ci sono la moglie Tiziana e i tre figli Luca, Francesca e Fabio. «Siamo una piccola grande realtà — continua Luca Casali — e quello che facciamo è artigianato di qualità. Con il tempo abbiamo reso i nostri prodotti sempre più belli grazie alla cura per i dettagli e alla loro originalità riuscendo a conquistare fette di mercato anche fuori dai confini italiani». Fino a due anni fa il 90% degli introiti dell'azienda provenivano dalla vendita in Italia: «Oggi una

buona parte del nostro bilancio riguarda i mercati europei e americano — spiega Luca Casali — I nostri prodotti finiscono nelle ville, nei residence e negli hotel del mondo come il Marriott Marquis a New York».

Un'eccellenza del territorio romagnolo unica al mondo secondo la giuria del festival Red Dot Award, una sorta di Oscar del design, che a giugno ha assegnato alla Casali il primo premio per la migliore collezione. A Essen, in Germania, 2.000 progettisti e progettisti provenienti da tutto il mondo, si sono sfidati con 4.928 opere in concorso per 31 categorie. La Casali ha vinto grazie alla «Hybrid collection» realizzata in collaborazione con Mac Stopa. La collezione è il frutto di una sinergia fra l'alta tecnologia e la creatività del designer. Una laccatura sul vetro che consente di ottenere suggestivi effetti tridimensionali di colore e ombra, caratterizzati da pattern circolari e triangolari disegnati in maniera parametrica. «Il nostro obiettivo è rendere i nostri prodotti un qualcosa di eccezionale — sottolinea Luca Casali — in grado di portare nel mondo la creatività e l'originalità del made in Italy».

Dino Collazzo
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sul web
Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese, condividerli e lasciare commenti su www.corrieredibologna.it

Associazione di Bologna 70 anni di imprese

Banca di Bologna

Verso il

futuro

absaligroup.it

Fare impresa e diventare imprenditore. Verso il futuro.

Il tuo avvenire professionale inizia oggi: grazie a CNA Bologna, Ecipar Bologna e Banca di Bologna puoi partecipare a un percorso di formazione gratuito dedicato all'imprenditorialità, svolto in collaborazione con la tua scuola. Confrontandoti con consulenti aziendali e imprenditori, imparerai a guardare il mondo con occhi diversi, attraverso lo sviluppo della tua creatività, l'acquisizione di competenze manageriali e la capacità di leggere il mercato. Un percorso triennale che dalla terza superiore affianca formazione in aula e stage in azienda per sviluppare la tua mentalità imprenditoriale.

Per informazioni e iscrizioni rivolgiti alla tua scuola o visita

www.cnaversoilfuturo.it

in collaborazione con

con il contributo di

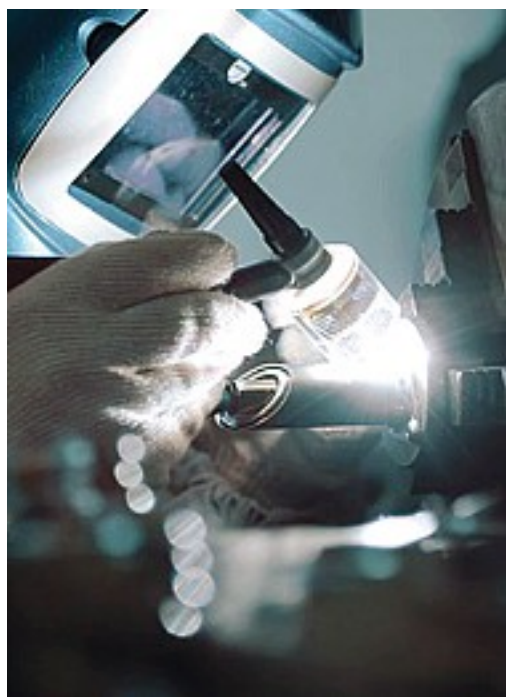
media partner

Va in onda la tua impresa

NUOVI PROTAGONISTI

In gennaio volerà il primo elicottero made in Romagna, ma nell'azienda di Castel Bolognese i progetti più audaci sono di casa

Curti, pronta al **decollo** l'officina dell'innovazione



valgono complesse forniture aerospaziali; dalla subfornitura alle macchine automatiche finite, prima nel packaging alimentare poi in quello dei cosmetici e farmaci; poi gli impianti per il cablaggio e, rilevando con tre soci la storica Cognetex di Imola, le macchine tessili. «Ho un concetto ampio dell'innovazione — dice — Per me non è un plus da aggiungere ogni tanto alla routine, ma l'unica strategia per sfuggire alla trappola della concorrenza sul prezzo». Intanto scorre lo schema della sua piccola galassia industriale: la Npc di Imola, partecipata al 40%, sta realizzando nanosatelliti scientifici (moduli di 10x10x10 centimetri) da lanciare a grappolo e che possono autodistruggersi a fine vita con un sistema di deorbiting «a vela»; la start up Nanolever



La ricerca non è un plus da aggiungere ogni tanto alla routine, ma l'unica strategia per sfuggire alla trappola della concorrenza sul prezzo

che sta mettendo a punto una bilancia di precisione per impianti farmaceutici, che può pesare fino a 50 mila compresse all'ora; la partecipata Hypertech, firma impianti per l'Oil&Gas e diverse Gran Turismo da competizione, realizzando la progettazione meccanica con la storica carrozzeria Michelotto; la neo acquisita Cma tec ha appena realizzato una rettificatrice per sfere (fino a 2 metri di diametro) delle valvole per gasdotti.

Chi sia Curti, del resto, lo si capisce quando ti accoglie direttamente in fabbrica, scarpe gommate e giubbotto da lavoro, e ti accompagna alla scoperta dei suoi gioielli meccanici come un artista fra le sue opere, godendosi il tuo stupore. A destra stanno testando l'impianto che fissa 350 tappi di plastica al minuto su altrettanti contenitori per liquidi alimentari. Più avanti assemblano l'unica macchina per cablaggi al mondo che produce cavi elettrici con spina in un unico passaggio. Da un altro reparto escono lavorazioni in titanio (carlinga, tubi di scarico e supporti per turbine) per elicotteri; in un terzo capannone nascono le macchine confezionatrici per cosmesi e farmaceutica. Curti spiega che ogni anno l'azienda investe circa il 5% del fatturato su nuovi progetti nuovi. «Ma l'innovazione paga: gli ultimi anni, quelli della crisi, sono stati per noi, comunque, gli anni migliori».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chi è



● **Alessandro Curti** è amministratore delegato e proprietario al 50% con la sorella Claudia della Curti Spa di Castel Bolognese

di **Massimo Degli Esposti**

Fine gennaio 2016: da un hangar a Ozzano Emilia uscirà all'aperto e si staccherà dal suolo il primo elicottero «made in Romagna». È il biposto della Curti S.p.A. di Castel Bolognese. L'unico al mondo a turbina (un 150 cavalli della ceca Pbs), l'unico con paracadute (della tedesca Junkers), l'unico con un'avionica ridisegnata (in collaborazione con l'università di Forlì), l'unico, insomma, a poter contendere un mercato da 150-200 esemplari all'anno all'americana Robinson che ancora domina la scena con l'R22, una vecchia macchina a pistoncini concepita nel lontano 1981. Tutto in titanio e carbonio, peserà 450 chili e sarà in vendita dal 2017 a circa 350 mila euro. È un progetto tanto innovativo da aver appena ottenuto due milioni e rotti di finanziamento «Fast track to innovation» dal programma Horizon 2020 di Bruxelles, unico a guida ita-

liana fra le 16 società vincitrici (fra cui Philips, Peugeot, ecc) fra oltre 200 partecipanti da tutta Europa.

Inoltre, entro il 2016, compariranno nei supermercati straordinari capolavori di packaging: coppe, vasi, contenitori di carta estensibile, brevettato italiano rilevato da un'azienda svedese e rimasto dieci anni nel cassetto in attesa di una macchina che potesse utilizzarlo. Oggi gli svedesi detengono il 40% di FibreForm Packaging, la controllata di Curti che ha realizzato l'unico impianto al mondo capace di modellare quella carta al ritmo di migliaia di pezzi all'ora. Il prototipo, nascosto tra quattro pareti coperte di quadri e sculture, già snocciola conte-

Conessioni

Ha inventato una macchina per cablaggi che salda cavi elettrici e spine tedesche

nitori con le insegne dei big dell'agroalimentare mondiale. Quando li avremo in casa, conterranno, senza afflosciarsi, biscotti, merendine, creme al cioccolato, caffè solubile, zucchero e farina.

Per vedere all'opera il reattore che scompone i pneumatici usati ricavandone un 10% di acciaio, un 30% di gas per autoalimentare lo stesso processo, un 30% di olio combustibile e un 30% di nero di carbone per rifabbricare gomma, bisognerà invece attendere qualche mese in più: l'impianto pilota progettato e realizzato dalla Curti ha ancora bisogno di un ritocco per raggiungere l'obiettivo fissato di 30 mila tonnellate lavorate all'anno «in continuo» e per aggiungere una versione bis che farà più o meno lo stesso recuperando la fibra di carbonio usata. D'altra parte il riutilizzo industriale di pneumatici e fibra di carbonio «è un rebus che tanti hanno provato a risolvere senza riuscirci; noi contiamo di farcela» dice con

incrollabile convinzione l'ingegner Alessandro Curti, amministratore delegato e proprietario del 50%, come la sorella Claudia, Presidente della Curti. Ma definirlo semplicemente imprenditore, quale indubbiamente è guidando un gruppo di nove aziende con 500 dipendenti e 105 milioni di fatturato, è una grossolana semplificazione. Curti, infatti, è sempre stato soprattutto un catalizzatore di innovazione. Fin da quando, appena diciottenne, ereditò dal padre, insieme alla famiglia, un gioiellino delle lavorazioni meccaniche, e subito innescò una girandola di mutazioni: dai componenti per l'industria della difesa alle sofisticate lavorazioni in titanio che oggi

Fabbrica

Sopra in alto alcuni prototipi dell'elicottero che Curti farà volare ai primi del 2016. Sotto invece le lavorazioni in titanio di carlinghe e tubi di scarico e un macchinario per il cablaggio

Packaging

La controllata Fibreform sfonderà per il 2016 contenitori rivoluzionari

FOOD VALLEY

Un'altra **Eataly** è possibile. E nasce nel **Ducato**

Spopolano «Noi da Parma» e «Salsamenteria di Parma», le risto-botteghe con lo stesso format di Farinetti

«M

anager? No, manager no, preferisco salumiere». Suole rispondere così, **Silvano Romani**, a chi gli chiede qual è il mestiere della sua vita, per nulla disposto a tradire quelle origini che portano dritto a una bottega in centro a Parma, dove «entra quando i miei genitori la aprirono, giusto mezzo secolo fa».

Adesso che di anni ne ha 59, Romani guida un gruppo che, con un fatturato annuo «di circa 35 milioni di euro», spazia a tutto tondo nel settore alimentare: dai catering, con la **Silvano Romani Eventi**, fino alla logistica, dove regna la holding **Errefood spa**. La punta di diamante si chiama **Noi da Parma**, catena di rivendite di prodotti tipici alimentari ducali e, più in generale, d'Emilia, pensati per chi vuole fare la spesa, ma anche sostare per un veloce pasto o una degustazione di vini. Il core business, insomma, sta già tutto nel nome, che esplicitamente riecheggia un territorio infarcito di Dop e Igp, un po' come fece **Oscar Farinetti** quando ebbe l'intuizione semantica di creare **Eataly**, trionfo commerciale e globalizzato della cucina tricolore. Ebbene: a tale trionfo, pur restando lontani da certi clamori mediatici, si sono ispirate plurime avventure imprenditoriali nate nella città di Maria Luigia.

Romani, dunque, può vantarsi del titolo di Farinetti del Ducato? «Non mi disturba se mi paragonate a lui, anzi lo stimolo», è la risposta del diretto interessato. «Ma lo street food, se permettete, io lo faccio da sempre. Insomma, sì, da sempre io preparo i piatti davanti agli avventori, non è che li servo, li appassiono a un evento».

Finora, il raggio d'azione della catena è stato circoscritto a 11 locali situati entro i confini della provincia, e il dodicesimo, in centro a Reggio Emilia, ha fatto eccezione solo di pochi chilometri. A questo, il gruppo aggiunge la fondamentale partnership con la **Salsamenteria di Parma**, realtà nata nel 2009 grazie a due storici amici oggi over 50, soci



paritetici della holding **Crip srl**. Il primo, **Cesare Micheli**, è proprietario della **Previ**, nota società di revisione e consulenza aziendale; l'altro, **Stefano Secchi**, è un manager di lungo corso, con un passato ai piani alti di importanti multinazionali, dalla Parmalat dell'era Tanzi alle filiali italiane di Philips e soprattutto di McDonald's, per essenza l'antitesi dello slow food.

Contraddizione o conversione? «Nessuna delle due», risponde Secchi. «I miei nonni erano contadini, mio padre un commerciante e anche lui iniziò a lavorare con una salumeria, io stesso sono cresciuto in campagna». Il vero fidanzamento con lo slow food fu però negli anni del liceo scientifico Arconi: «Per le riunioni studentesche mi trovavo all'indimenticabile osteria Il Sordo, in Oltretorrente. Ecco, la Salsamenteria è una sintesi tra quell'osteria e McDonald's, tra le mie origini famigliari e giovanili e la mia successiva carriera».

Una somma, altrimenti det-

to, tra tradizione culinaria e modello aziendale anglosassone, con una managerialità accentuata nel controllo di gestione, «un passo necessario per fare il franchising».

Sì, perché è vero che **Salsamenteria di Parma** manderà avanti in proprio, tramite società di scopo, i primi due presidi, aperti a Milano in San Babila e a Brera, in quella city dominata da moda, arte e colletti bianchi; altrettanto vero, però, è che alle esternalizzazioni è affidato il futuro di una catena che già nell'esercizio in corso dovrebbe generare oltre 6 milioni di fatturato, rispetto al quale l'incidenza dell'Ebitda è attorno al 20%. «Attenzione: franchising significa che noi offriamo agli associati non solo il marchio e le relative attività promozionali, ma anche un'assistenza gestionale continua, con una contabilità integrata».

La formula è già stata testata per il locale parigino di Rue Saint-Georges, vicinissimo all'Opera, inaugurato a luglio a conferma che il mercato prefe-

Gastronomia
Sopra la Degusteria di Parma (ph. Federico Avanzini), a destra invece Silvano Romani patron della Errefood spa



renziale di sbocco è quello transalpino, dove il primo ristorante, situato a Cannes, dovrebbe passare in conto terzi nel 2016. La Francia, già, da secoli avvinghiata alla storia di Parma, e che alla città ha soffiato prima la Cassa di risparmio, finita sotto il dominio del Crédit Agricole, e poi proprio l'ex gioiellino di casa Tanzi. «Be', il gusto di una piccola rivincita storica in un certo senso c'è», riprende Secchi. «Tenete presente che la produzione gastronomica parte tutta, e sempre, da Parma, non solo per i salumi, ma anche per i prodotti freschi come i tortelli».

Il rifornimento delle risto-botteghe, anche quelle in franchising, è infatti interamente affidato a **Noi in Cucina**, srl il cui capitale è suddiviso tra Micheli, Secchi e appunto Silvano Romani. Quest'ultimo ha poi replicato il modello di partnernariato nella Capitale, italiana questa volta, con l'inaugurazione, in agosto, del primo presidio a marchio **Cotto-Crudo**. E se il progetto più ambizioso è sbarcare un giorno in Martinica, anche quello, guarda caso, territorio france-

se, un'altra collaborazione già consolidata porta sull'alta costa tirrenica, classica meta estiva della buona, buonissima borghesia dell'Emilia occidentale, oggi semi-colonizzata da altre, spesso esotiche, oligarchie. Il marchio Noi da Parma, da aprile 2015, campeggia su uno degli storici negozi alimentari del Cinquale, a cento metri scarsi dal territorio di Forte dei Marmi. Fu proprio la cittadina versiliense a ospitare un esempio ante litteram di esportazione della tradizione culinaria ducale, la **Salumeria dai Parmigiani**, nata nel 1952, anch'essa come semplice bottega, ma già allora devota a quello che oggi si suole chiamare street food. L'iniziativa fu dei coniugi Alfonsina e Roberto, che scelsero quel nome nonostante l'una provenisse da Bologna e l'altro da Reggio Emilia: i loro eredi sono tuttora al timone di un'avventura gastronomica che, nonostante il recente rifiuto ad aprire un negozio a Mosca, strizza l'occhio al mondo intero, grazie a un avanzato sito di e-commerce.

Nicola Tedeschi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ma gli altri **conterranei** non stanno a guardare

Anche Langhiparma e Perimetro, dell'ex coach Montali, portano i salumi parmensi oltre Emilia

Milano, sì, naturale; ma anche i Paesi francofoni, da sempre pullulanti di paladini delle identità gastronomiche tradizionali. Se la Madonna occupa un ruolo privilegiato nelle strategie d'espansione delle Eataly ducali, lo fa al pari di Parigi e di Bruxelles, due città, come Londra, sulle quali ha messo gli occhi anche la **Perimetro Food**. Lo scorso aprile, a pochi giorni dall'avvio dell'Expo 2015 dedicato al cibo, l'azienda ha intanto aperto il proprio terzo presidio in terra meneghina, in corso Garibaldi, la stessa strada che ospita **Parma & Co.**, salumeria in modalità street food della famiglia Carmignani. «Far partecipe il cliente di ciò che mangia»: è questo il motto con cui le startup culinarie del ducato cercano



Langhiparma L'interno del locale di Lomazzo

una risposta all'avvitamento economico che il territorio ha visto nell'ultimo decennio, complice il declino, o il passaggio in mani straniere, di parte dei grandi nomi dell'industria di trasformazione locale.

Sembrano maturi, i tempi per la riscossa sportiva di Parma, un tempo dominatrice nel volley e carica di trofei pure nel calcio; alimentare, però, non vuole essere da meno. Al vertice di Perimetro c'è una figura che ha portato alla gloria la città, e l'Italia tutta, proprio sotto rete. **Gian Paolo Montali**, classe 1960, negli anni '80 ha guidato l'allora Maxicono verso uno scudetto, due Coppe Italia e un Mondiale per club; nel 2003, dopo nuovi trionfi con altre formazioni, sulla panchina azzurra ha conquistato due Europei e un argen-

to olimpico. Archiviata una parentesi da dirigente nel calcio, Montali vuole condurre l'azienda verso un fatturato 2015 di 2 milioni di euro, più del triplo rispetto allo scorso anno. Un traguardo necessario per conferire redditività ai primi due punti vendita, Brescia e Verona, che come quello di Milano sono costati tra i 600.000 e i 700.000 euro l'uno, complice l'elevata qualità architettonica degli spazi, affidati alle matite e all'estro di rinomati designer e artigiani. Se arriveranno gli utili, non gioirà solo Montali: come ha raccontato *Corriere Economia* lo scorso 16 febbraio, l'azienda si è impegnata a versare il 30% dei dividendi ai dipendenti, che a ora sono 26, giovani e a tempo indeterminato. Il resto finirà ai quattro azionisti, altrettante aziende della filiera delle

carni: si tratta del **Salumificio Volpi**, che invero ha sede fuori regione, giusto in terra lombarda; e di tre partecipate dello stesso, **All Food**, **Golden Food** e **Quinta Stagione**.

E alla Lombardia profonda, da Lomazzo nel Comasco alla brianzola Seregno, ha rivolto la propria opera di evangelizzazione culinaria un altro network, **Langhiparma**, fondato nel 2010 dall'imprenditore **Alberto Isi** e da **Sonia Verri**, esperta in comunicazione. Come per la Salsamenteria di Parma, il modello è quello del *notchising*: i singoli locali sono affidati a terzi in franchising, ma la casa madre resta socio di minoranza e garantisce un'assistenza gestionale continuativa.

N. T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FOOD VALLEY

Vendemmia, è tempo di bilanci

Buona qualità delle uve, ma scarsi volumi

Colpa del caldo estivo record: bene solo Lambrusco, Albana e Trebbiano

Sarà anche un'annata da ricordare per la straordinaria qualità dell'uva ma non certo per i volumi, che hanno registrato differenze significative da un areale all'altro e tra terreni irrigui e non. Soprattutto a conti chiusi dopo la spremitura dei grappoli in cantina e la deludente resa del mosto fiore (colpa del gran caldo che ha determinato un ispessimento delle bucce a scopo protettivo). In più, la devastante grandinata d'inizio mese abbattutasi sui vitigni doc del Lambrusco ha ridotto di qualche punto percentuale le stime di crescita di una delle produzioni d'eccellenza dell'Emilia-Romagna, «dove la viticoltura è passata da 600-700 piante ad ettaro a quasi 4.000 rinnovando più del 70% degli impianti» come spiega Pietro Pezzuoli del Consorzio di tutela del Lambrusco di Modena. Danni e non da poco: 50.000 quintali in meno di uva, e forse più, per il 90% nella zona del Salamino di Santacroce.

«Abbiamo persino consigliato ai produttori della Bassa di raccogliere l'uva nel giro di due-tre giorni destinandola alla produzione di vini da tavola», aggiunge Erennio Reggiani direttore della Cantina di Carpi e Sorbara. La sorte negativa è toccata pure al vitigno Ancellotta noto per conferire un bel color rosso rubino a molti vini regionali. «Circa un calo del 20%, causa l'allegagione non ottimale: uva splendida ma caratterizzata da grappoli "spargoli" ossia con meno acini».

Vendemmia regolare e uva bella per il Pignoletto Docg dei Colli Bolognesi che però chiude l'annata con un meno 10-15% di produzione media (resa sui 70-80q/ha) «dovuto essenzialmente al gran caldo di luglio e allo stress idrico subito dalla pianta su terreni collinari difficili da irrigare» come osserva il presidente del Consorzio Vini Colli Bolognesi Francesco Cavazza Isolani che punta il dito contro «l'aumento dei costi aziendali di pro-

Principali vitigni emiliano-romagnoli: rese per ettaro e quantità

Rispetto al 2014

Pignoletto Colli Bolognesi DOCG 70/80q/ha	Lambrusco di Sorbara DOC* 150q/ha	Lambrusco Salamino di Santacroce DOC* 160-170q/ha	Lambrusco Grasparossa di Castelvetro DOC* 140-150q/ha	Malvasia di Candia Aromatica Colli di Parma DOC 85-90q/ha
 -10/15% produzione	 Tendenziale aumento	 Tendenziale flessione	 Produzione costante	 Produzione costante
Bonarda Colli di Parma DOC* 60q/ha	Barbera Colli di Parma DOC* 70q/ha	Albana di Romagna DOCG 120q/ha*	Trebbiano di Romagna DOC*	Sangiovese di Romagna DOC*
 Tendenziale flessione	 Tendenziale flessione	 +8/10%	 +8/10%	 -5%
Ortrugo Colli Piacentini DOC 100q/ha	Malvasia di Candia Aromatica Colli Piacentini DOC 110q/ha	Barbera Colli Piacentini DOC* 120/q ha	Bonarda Colli Piacentini DOC* 110/q ha	
 -10%	 -10%	 -10%	 -10% e oltre	

*Valore stimato

duzione pari al 7% in un anno, tra cui manodopera e costi fissi ma soprattutto la nuova Imu sui terreni agricoli collinari precedentemente esentati». La richiesta di Pignoletto non manca «ora sta al Consorzio il compito di valorizzare questa scarsa produzione seppur di qualità».

«Ci si attende un'annata eccezionale per la Barbera dei Colli Parmensi Doc ancora meglio della storica 2004 come profumi ed equilibrio gustativo — è la previsione di Isidoro Lamoretti, tra i fondatori del Consorzio Vini Colli Parmensi — La Bonarda si presenta invece con chicchi piccoli, meno peso e resa. È un vitigno incostante, ci sono addirittura delle annate che ne fa solo 20 quintali ad ettaro».

Sconta un calo del 10% sia

l'Ortrugo che la Malvasia di Candia Aromatica dei Colli Piacentini (rispettivamente con una resa media sui 100 e 110q/ha). «Tuttavia — ribatte Chiara Azzali vicepresidente del Consorzio Vini Colli Piacentini — siamo pienamente ripagati dall'alta qualità: il caldo ha ridotto a zero il rischio di parassiti e malattie della vite e nelle uve bianche non si è per fortuna verificata la perdita di profumi temuta inizialmente per le alte temperature. Al contrario osserviamo lo sviluppo di molti aromi aiutati anche dalla forte concentrazione di sali minerali e potassio». Buoni auspici infine per i rossi: «Il colore tendente al violaceo delle uve fa sperare in vini ricchi di struttura e sostanze».

Sullo stato sanitario delle uve torna il presidente del

Consorzio Vini di Romagna, Giordano Zinzani: «I grappoli sono molto sani. Una condizione che ha risvolti positivi non solo in termini di salubrità ma anche in termini economici perché gli agricoltori sono stati chiamati a fare meno trattamenti con fitofarmaci. Inoltre, nelle giornate afose, c'è sempre stata un'escursione termica molto elevata (superiore ai 10-12 gradi) ed è una condizione che favorisce la formazione dell'intensità colorante nelle uve a bacca nera e, in generale, l'accumulo di sostanze aromatiche all'interno dell'acino».

I vigneti del Sangiovese, tutti in collina, hanno sofferto di più per cui il calo sarà intorno al 5% con una resa molto variabile da 60-70 fino a 110q/ha. Piena produzione è prevista in pianura per il Trebbiano con una crescita dei quantitativi intorno all'8-10%. Sulla Docg romagnola, invece, non ci sono dubbi, «quest'anno — chiosa Zinzani — sarà sicuramente l'anno dell'Albana passito».

B. B.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sul web

Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese, dividerli e lasciare commenti su www.corrieredibologna.it

Maltempo

Si contano i danni



La pioggia devasta Piacenza e a Modena e Ferrara la grandine flagella le pere

Prima i chicchi come sassi che squassano le campagne ferraresi e modenesi, poi, a distanza di 10 giorni, la pioggia che devasta non solo Piacenza, ma anche i suoi campi. Non è stato un bel settembre finora per l'agricoltura emiliano-romagnola. La grandine che il 5 settembre è caduta tra Modena e Ferrara ha causato 40 milioni di danni alla produzione agricola delle pere in quelle aree, le due più importanti della pericoltura italiana. «In quel momento — ha dichiarato Gianni Amidei, presidente dell'Oi Pera — diverse varietà fortunatamente erano già state raccolte e i danni quindi si sono concentrati in particolare su Abate, di cui era stato raccolto circa il 35% e Kaiser, anche se in uno stadio più avanzato di raccolta». In totale a causa dell'eccezionale grandinata di inizio settembre sono andate in fumo ben 39.000 tonnellate di pere della qualità Abate e Kaiser, che rappresentano circa il 13% della produzione di queste varietà dell'Emilia-Romagna, ma la violenza dell'evento è stata tale da portare conseguenze nefaste su tutto l'indotto. A Piacenza, invece, la pioggia torrenziale del 13 settembre ha causato 4,7 milioni di danni allagando molti campi nella Val Nure. A Vigolzone, l'acqua ha portato via un quarto di un appezzamento di terreno di diversi ettari; in Val d'Arda un'azienda vitivinicola ha dovuto fare i conti con il fango che ha allagato la cantina; nei campi aperti il mais è stato allettato.

Claudia Balbi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'agenda

● 21 settembre A Minerbio (Bologna), in via Mora, dalle 10 tour alla scoperta di come si produce lo zucchero in Italia

● 24 settembre All'Università di Ferrara tavola rotonda dalle 14 alle 15.30 su «Fondazioni bancarie e investimenti pubblici».

● 25 settembre All'Università di Ferrara tavola rotonda alle 11 sul tema della Spending Review (Aula A1). L'incontro sarà moderato dal vicedirettore del Corriere della Sera, Antonio Polito. Con Carlo Cottarelli

● 25 settembre All'Università di Parma da mezzogiorno a notte fonda torna «La notte dei ricercatori» con laboratori, mostre, incontri, giochi ed esperimenti

● 26 settembre Continuano i sabati dell'Università di Parma per Expo dalle 10 alle 13 al Palazzo del Governatore. Con Maurizio Vanelli

● 29 settembre A Cesena fino al 29 settembre continua il progetto «Gins Food - Gusto in salute» con i corsi di formazione rivolti agli operatori della ristorazione

Stagione per stagione

di Barbara Bertuzzi

Sempre più richiesto e redditizio, il basilico ora si migliora geneticamente

Da reddito e la domanda è in continua crescita. Coltivare il basilico sta diventando davvero interessante, sia per la quarta gamma (prezzi a partire da 10,5 euro/kg nella Gdo-Grande distribuzione; fonte: Centro servizi ortofrutticoli) sia per la richiesta della grande industria che confeziona i vasetti del tipico pesto genovese e li esporta un po' ovunque dagli Stati Uniti alla Russia fino ai paesi asiatici.

«Non ci si può improvvisare», precisa Giuseppe Bonati che nell'azienda La Felina a Carignano (Parma) ne raccoglie in media 20.000 quintali all'anno sui 70.000 prodotti in regione. «Basta un errore nell'irrigazione, nella concimazione o nella gestione del taglio che si rischia di gettare tutto. E c'è bisogno di molta manodopera per liberare il campo dalle erbe infestanti, una mansione quotidiana dai primi di maggio a fine settembre». Poi preoccupa e

non poco la peronospora che nel 2013 ha ridotto del 70% il raccolto complessivo dell'Emilia-Romagna. «Stiamo finanziando — dice l'imprenditore parmense parlando a nome di un team di coltivatori e industriali — una ricerca dell'Università di Bologna sull'impiego di nuovi principi attivi, finalizzata a una strategia di difesa più efficace».

In questa direzione lavorano anche ricercatori e genetisti «attraverso lo sviluppo di foglie che permettano un maggiore arieggiamento per ridurre al minimo i ristagni di umidità e non favorire l'ingresso di potenziali virus», come spiega Chiara Milanesi breeder dell'Ortolano di Cesena, specializzata nella produzione e nel miglioramento delle varietà orticole. «Altri studi vertono sull'architettura della pianta: partendo dalla tipologia diffusa in regione, il "basilico italico - ex genovese", l'innovazione punta ad ottenere foglie più ampie e un alto conte-



La pianta

Il basilico (Ocimum basilicum) è una pianta erbacea annuale, appartenente alla famiglia delle Lamiaceae, normalmente coltivata come pianta aromatica. Originario dell'India, è utilizzato tipicamente nella cucina italiana e nelle cucine asiatiche

nuto di oli essenziali tipici dell'aroma del basilico».

C'è anche chi lo coltiva dodici mesi l'anno destinando l'intera produzione al mercato fresco. «Il nostro basilico è idroponico: la semina non avviene in piena terra, ma nei plateau di polistirolo adagiati su vasche riempite con acqua e soluzioni nutritive» spiega Rolando Tedoldi direttore della cooperativa sociale Il Bettolino a Reggio Emilia) che si avvale di persone disabili e svantaggiate e fa 70-80.000 chili annui (vendita diretta sui 6,5 euro/kg nel periodo estivo con punte fino a 8-9 nei mesi invernali). Nel rispetto dell'ambiente si utilizza la lotta integrata per combattere gli insetti nocivi mentre le serre sono riscaldate e illuminate (così il basilico cresce più velocemente) grazie al recupero di biogas prodotto dalla decomposizione dei rifiuti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

G I O I E L L E R I A
E R R A N I
- FAENZA -

*Vendita
Straordinaria*
Sconti fino al
da sabato 19 settembre*



su prodotti selezionati di:

Gioielleria, Oreficeria, Argenteria, Pelletteria,
Oggettistica, Perle, Pietre dure, Orologi fine serie.

Il pregio di essere unici

Corso Mazzini n.54 (Galleria Gessi)
Tel. 0546 21802 Fax. 0546 21901

info@gioielleriaerrani.it
www.gioielleriaerrani.it/

**per trasferimento locale*

**fino esaurimento scorte*



OPINIONI & COMMENTI

L'analisi

Primomiglio,
innovazione
e crescita

SEGUE DALLA PRIMA

La contiguità tra impresa e scuola genererà attraverso un'area di co-working situata in un capannone presso il celebre Istituto Professionale l'innovazione che si trasformerà in prodotti, proprio grazie alle contaminazioni reciproche. Si tratta certamente di un progetto ambizioso e molto innovativo che merita di essere seguito con grande attenzione. Più in generale, i fondi di private equity italiani necessiterebbero di un aggiornamento dei loro focus. Se è infatti essenziale il supporto a giovani imprese innovative (come nel caso ora citato), ciò che in realtà non appare sufficiente nel panorama attuale dell'offerta di private equity è il sostegno a imprese che desiderano internazionalizzarsi o acquisire mercati esteri. In parecchi Paesi emergenti, infatti, esistono prospettive di investimento molto interessanti, spesso con redditività a due cifre, e la prospettiva di quotazione in alcuni importanti mercati finanziari esteri. Imprese disponibili a compiere tali passi ve ne sono. Mancano, però i fondi di private equity disponibili. Molteissimi fondi italiani hanno nel loro regolamento il sostegno a imprese italiane che investano sul territorio. E che ne è delle imprese che desiderano internazionalizzarsi? Il risultato di questo stato di cose è che all'estero si vedono spesso imprese tedesche, inglesi, americane, svizzere, ma non italiane, nell'accaparrarsi investimenti redditizi. Dal lato delle imprese, il tema è la proprietà: inserire un fondo nel proprio capitale significa dare ossigeno agli investimenti e rilanciarsi. Se il prezzo da pagare è la cessione (anche se temporanea) della maggioranza delle azioni, ciò non è un dramma: soprattutto perché spesso implica maggiori guadagni e crescita. L'insegnamento del fondo Barcamper Garage è semplicissimo: contaminarsi per innovare e crescere. Prima si parte meglio è.

Massimiliano Marzo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le lettere

vanno inviate a:

Corriere di Bologna
Via Baruzzi 1/2,
40138 Bologna
e-mail: lettere@
corrieredibologna.it
Fax: 051.3951289
oppure a:
andrea.rinaldi@rcs.it
mdegliesp@gmail.com



Il controcanto di Andrea Rinaldi

AEROPORTO DI RIMINI, IL SOLITO PASTICCIO ITALIANO



Il solito pasticcio all'italiana. L'ultima tegola caduta sulla testa dell'aeroporto Fellini di Rimini conferma ancora una volta che siamo un Paese molto lontano da certi standard di efficienza europei. La cosa che più fa male è che succede nell'operaiosa Emilia-Romagna, regione simbolo del «fare bene», che spesso, e a ragion veduta, può permettersi di dare lezioni ad altri. Salvo poi scoprire grosse crepe dopo che è salita in cattedra. Ma riavvolgiamo un attimo il nastro.

Il 26 novembre 2013 il Tribunale di Rimini dichiara fallita Aeradria, la società di gestione

dell'aeroporto internazionale «Federico Fellini» di Rimini e San Marino, partecipata da Comune e Provincia: 53 milioni di debiti arrivati dopo una lunga serie di bilanci in rosso e una copiosa emorragia di passeggeri. I giudici hanno dato poi il benestare per l'esercizio provvisorio dello scalo, nominando Renato Santini come curatore fallimentare, un bolognese che in città non incontrava molte simpatie per ragioni di campanili. Siamo nel 2014: l'esercizio provvisorio continua fino al 31 ottobre, si fa un bando (base d'asta 10 milioni), che nell'estate va deserto. Se ne fa un altro. Su 4

Piazza Affari

di Angelo Drusiani

Bio On, la scienza piace anche in Borsa



Bio On spa, azienda attiva nei polimeri naturali, è presente all'Aim, comparto di Borsa Italiana, da ottobre scorso. Matteo Zardoni, di Banca Albertini Syz, mette in risalto il fatto che, in quest'arco temporale, l'azione ha registrato una performance del 200%. Il rapporto prezzo-fatturato è di 80 volte circa. Una simile valutazione stellare è merito dell'unicità dell'azienda e dei suoi brevetti. In particolare i polimeri naturali PHAs, che contribuiscono alla produzione di un materiale plastico al 100% ma biodegradabile in natura.

Il PHAs Polydrossialcanoato è un bio polimero che appartiene a una famiglia di poliesteri, isolato e caratterizzato nel 1925. Ancora oggi è riconosciuto come il migliore dei bio polimeri al mondo. Zardoni, analizzando le qualità del prodotto, nota che il bio polimero PHAs viene ottenuto da materiali di scarto agricolo. Non vengono utilizzati materiali food, né si utilizzano cereali. Scelte, ambedue, che si sposano perfettamente con le esigenze sempre più salutistiche della società moderna. In sostanza, continua Zardoni, il processo Bio-on

replica totalmente un processo naturale, in una visione in cui la chimica è amica dell'uomo. Non a caso, Minerv PHAs (Bio-on) viene certificato con il prestigioso riconoscimento della Biodegradabilità totale e naturale in acqua. Bio-on è stata la prima azienda al mondo impegnata nella produzione di PHA a ricevere questa importante certificazione nel 2008. Forte di questa tecnologia, ora Bio On sta stringendo alleanze in Italia e nel resto del mondo al fine di iniziare lo sfruttamento ad uso industriale di questa tecnologia.

Il successo di questa espansione rappresenta la scommessa della società (e di chi sceglie di investirevi denaro) davvero unica nel panorama delle aziende quotate a Piazza Affari. Multipli, dividendi, cash flow: al momento troppo presto per valutarli. Conoscere la tecnologia e capirla è molto meglio, come è meglio avere una chiara comprensione di come si potrà finanziare la crescita in futuro. E come dice saggiamente Warren Buffet investo solo dove capisco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervento

Le classifiche straniere e il caso Ferrara:
se l'università viene fotografata solo in parte

SEGUE DALLA PRIMA

Quanto è accaduto alle università italiane negli anni è ben noto a tutti: è stata emanata la problematica legge di riforma del sistema universitario e si è avuta una riduzione dei finanziamenti e limitazioni al reclutamento del personale che non trovano eguali nel passato della nostra storia. Devo dire che la nostra Università da sempre è anche tra i primissimi posti in tutte le classifiche. Il nostro ateneo ha una posizione di rilievo nel panorama nazionale e regionale per la qualità della sua produzione scientifica e per l'alto livello della sua didattica.

Le classifiche non dicono tutto, un'università si valuta nel suo complesso, ma resta il fatto che sono analizzate in tutto il mondo e che sono un buon metro di paragone per individuare debolezze e punti

di forza.

Fermo restando che classifiche di questo tipo fotografano solo una parte delle molteplici attività di un ateneo, questi risultati premiano il lavoro svolto dalla nostra Università negli ultimi anni sul fronte della qualità e della razionalizzazione dell'offerta formativa, dei finanziamenti alla ricerca, dei servizi e del supporto agli studenti. A questa emergenza finanziaria l'ateneo ha infatti risposto con la messa da disposizione di risorse proprie che hanno permesso di potenziare l'impegno per la formazione ed il reclutamento dei giovani ricercatori senza aumentare gli importi della contribuzione studentesca.

Da cinque anni l'ateneo di Ferrara utilizza i contributi provenienti dal 5 per 1.000 dell'Irpef per finanziare giovani ricercatori non strutturati, assegnisti di ricerca e dotto-

randi di età non superiore ai 35 anni. L'obiettivo è quello di favorire lo sviluppo di autonome capacità di ricerca grazie a periodi di permanenza almeno trimestrali presso istituzioni straniere.

Caratteristica del nostro Ateneo è la grande capacità di attrazione: più della metà dei nostri laureati proviene da fuori regione. Un dato che è il prodotto non solo degli sforzi e degli investimenti che abbiamo profuso, ma anche del sistema città-università, della nostra città universitaria, nato da una fortissima convergenza istituzionale. Una città attrattiva e accogliente, che sa offrire agli studenti e in particolare a quelli fuori sede, servizi e strutture fra loro legate, tra i quali un polo bibliotecario ad unico accesso, sale studio aperte fino a notte, una offerta di posti letto anche da parte dei cittadini che praticano condizioni economiche più vantaggiose che in altre città.

Pasquale Nappi

Rettore Università Ferrara

© RIPRODUZIONE RISERVATA

pretendenti la spunta Air Rimum, cordata che fa capo a Laura Fincat, già vicepresidente nel cda di Save spa (gestore degli aeroporti del Nord Est). Il Fellini riapre. Intanto i pm riminesi per la bancarotta di Aeradria indagano 34 persone tra cui Nando Fabbri e Stefano Vitali, ex presidenti della Provincia di Rimini, Alberto Ravaioli e Andrea Gnassi, rispettivamente ex sindaco e attuale primo cittadino di Rimini; l'ipotesi è associazione a delinquere e truffa aggravata. La settimana scorsa la tegola: il Tar dell'Emilia-Romagna annulla il bando Enac: «La stazione appaltante avrebbe dovuto inserire nel bando i requisiti minimi di capacità ed esperienza per la partecipazione alla gara — dice la sentenza — per esempio precedenti gestioni di complessi aeroportuali o di complessi simili — in modo da impedire l'aggiudicazione del servizio in favore di soggetti privi di qualsiasi professionalità nella specifica materia o in materia analoga». Segue pioggia di dichiarazioni e qualcuno comincia a parlare di accanimento verso il povero aeroporto. In compenso la Cassazione ha annullato il sequestro cautelativo dei beni nei confronti di 8 dei 34 indagati di cui sopra tra cui Gnassi. Insomma un bel pasticcio. Si spera che sia solo una macchia facilmente asportabile dalla fama della buona gestione emiliano-romagnola.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fatti e scenari

Giovani e lavoro

A Modena riparte Imprendocoop
per stimolare l'imprenditorialità

Metti una banca, una fondazione di ricerca e il mondo cooperativo. Qualcosa di buono ne nascerà di sicuro. Così è stato l'anno scorso con Imprendocoop, che ha fatto nascere quattro nuove cooperative. L'iniziativa si ripete anche quest'anno e la missione è sempre quella: favorire l'occupazione e l'imprenditorialità. Così Confcooperative Modena in collaborazione con la Fondazione Democenter-Sipe ed Emil Banca hanno di nuovo aperto il bando: il progetto, rivolto a giovani, si sviluppa l'autunno 2015 e la primavera 2016. È prevista la selezione finale di tre progetti che saranno premiati con 2.500, 1.500 e 1.000 euro. I progetti vincenti potranno avere, inoltre, uno spazio co-working per sei mesi, servizi amministrativi, fiscali ed elaborazione servizi del personale gratuiti per tutto il 2016, accesso ai servizi di Confcooperative Modena e agevolazioni per i finanziamenti di Emil Banca. L'erogazione dei premi e servizi è vincolata alla costituzione di un'impresa in forma cooperativa e all'adesione a Confcooperative Modena. www.imprendocoop.it. Entro il 31 ottobre.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Futuro II Il nuovo Tecnopolo di Modena

Lo studio di Cerved

Fallimenti in regione a - 10%
Un altro segnale di ripresa

Non solo mutui e contratti a tempo indeterminato. Adesso c'è anche la fotografia dei fallimenti a dirci che forse il lumicino in fondo al tunnel si sta facendo più vicino. Secondo Cerved, una delle principali agenzie di rating in Europa, nel secondo trimestre 2015 prosegue il deciso calo di default delle imprese. È il miglioramento più marcato osservato in un singolo trimestre dall'inizio della crisi. E l'Emilia-Romagna non fa eccezione: l'andamento dei fallimenti è in discesa di quasi il 10% (-9,8%). Dai 610 del primo semestre. «Si tratta di un ulteriore segnale positivo che si aggiunge a quanto stiamo osservando nei pagamenti, divenuti più regolari, nei bilanci migliori e nel ridotto rischio di insolvenza delle pm», dice l'ad di Cerved Gianandrea De Bernardis. Siamo a metà del guado: se il trend continuerà a calare di qui a Natale, allora, potremo dire di essere tornati alla normalità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CORRIERE IMPRESE

A cura della redazione
del Corriere di Bologna

Direttore responsabile:
Enrico Franco

Caporedattore centrale:
Simone Sabatini

Editoriale Corriere di Bologna s.r.l.
Presidente:
Alessandro Bompieri
Amministratore Delegato:
Massimo Monzio Compagnoni

Sede legale:
Via Cincinnato Baruzzi, 1/2
40138 Bologna

Testata in corso di registrazione
presso il Tribunale
Responsabile del trattamento
dei dati (D.Lgs. 196/2003):
Enrico Franco

© Copyright Editoriale
Corriere di Bologna s.r.l.
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna

parte di questo quotidiano può essere
riprodotta con mezzi grafici, meccanici,
elettronici o digitali. Ogni violazione
sarà perseguita a norma di legge.

Stampa:
RCS Produzioni Milano S.p.A.
Via R. Luxemburg - 20060 Pessano
con Bornago - Tel. 02.6282.8238

Diffusione: m-dis Spa
Via Cazzaniga, 19 - 20132 Milano
Tel. 02.25821

Publicità: Rcs MediaGroup S.p.A.
Dir. Communication Solutions
Via Rizzoli, 8 - 20132 Milano
Tel. 02.2584.1
www.rcscommunicationsolutions.it

Publicità locale: Speed Società
Publicità Editoriale e Digitale S.p.A.
Via E. Mattei, 106 - 40138 Bologna
Tel. 051.6033848

Poste Italiane S.p.A. - Sped. in
Abbonamento Postale - D.L.
353/2003 conv. L. 46/2004, Art.1,
c.1, DCB Milano

Supplemento gratuito al numero
odierno del
CORRIERE DELLA SERA
Direttore responsabile
Luciano Fontana

VETRO AUTO®

RIPARAZIONE • SOSTITUZIONE • OSCURAMENTO

SCONTO
30%
SUL VETRO*



**VETRO ROTTO ?
NO PROBLEM !**

RIPARAZIONE ENTRO 24H

SUCCESSIVE ALL'ACCESSIONE DELLA NOSTRA PROPOSTA DI PREVENTIVO

SOSTITUZIONE IN 1ORA

AUTO SOSTITUTIVA GRATIS, OPPURE SERVIZIO DOMICILIO GRATUITO

QUALITÀ 100% ORIGINALE

LAVORIAMO ESCLUSIVAMENTE CON MATERIALI DI PRIMO IMPIANTO

GRATIS CON POLIZZA

QUALSIASI COMPAGNIA ASSICURATIVA, RIMBORSO TOTALE SPESE

VETRO AUTO®

Presso i nostri centri potrai anche effettuare i servizi di:

- **OSCURAMENTO VETRI**
- **CAR WRAPPING**
- **LUCIDATURA FANALI**
- **LUCIDATURA CARROZZERIA**
- **RICARICA ARIA CONDIZIONATA**
- **LAVAGGIO INTERNI AUTO**



www.centrivetroauto.it

Numero Verde

800-37 48 37

*Lo sconto è calcolato sul prezzo del comparativo originale